



Tourismuskonzept Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Analysen

Ziele, Strategien, Positionierung

Projekte und Maßnahmen

Potsdam, Köln 23.9.2020

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46
potsdam@ift-consulting.de
www.ift-consulting.de

Tourismuskonzept Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Bestandsanalysen
Strategische Ausrichtung
Maßnahmenkatalog

Potsdam, Köln, den 23.9.2020

Ihre Ansprechpartner:

Jan-F. Kobernuß
Geschäftsführer *ift* GmbH
(02 21) 98 54 95 03
kobernuss@ift-consulting.de

Katja Stefanis
Leiterin Büro Potsdam
(0331) 200 83 43
stefanis@ift-consulting.de

Henrike Meyer
Projektassistenz
(0331) 200 83 42
meyer@ift-consulting.de

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46
potsdam@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de

Inhaltsverzeichnis

Kernergebnisse

Kernergebnisse	7
1. Einführung, Aufgabenstellung	20
2. Bestandsanalyse	21
2.1 Lage, Anbindung	21
2.2 Aktuelles touristisches Angebot	23
2.3 Aktuelle Themenkompetenz, Zielgruppen, Quellmärkte	26
2.4 Angebotsentwicklung der Betriebe und Betten	27
2.5 Nachfrageentwicklung im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa, touristische Schwerpunktgebiete/-orte	32
2.6 Nachfrageentwicklung im Wettbewerbsvergleich	35
2.7 Tourismusintensität Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	37
2.8 Kernerkenntnisse der Expertengespräche	38
2.9 Ergebnisse der Online Befragung	38
2.10 Aktuelle touristische Organisation und Vermarktung	40
2.11 Trends, Marktpotenziale	43
2.12 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil (SWOT)	49
3. Künftige Strategische Ausrichtung	53
3.1 Ausgewählte Grundlagen und vorhandene konzeptionelle Vorgaben	53
3.2 Leitbilder im Rahmen des Strukturwandels	55
3.3 Kernziele und strategische Leitlinien	56
3.4 Zielgruppen, Schwerpunktregionen, Positionierung	60
3.4.1 Künftige Zielgruppen	60
3.4.2 Touristische Schwerpunktregionen/-orte	63
4. Projekte und Maßnahmen	65
4.1 Leitprojekte	67
4.1.1 L1 LANDKREIS SPREE-NEISSE/WOKREJS SPRJEWJA-NYSA: Zentrales Management Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne	69
4.1.2 L2 BURG (SPREEWALD)/BÓRKOWY (BŁOTA): Weiterentwicklung, Höherprädikatisierung als Thermalsoleheilbad	70

4.1.3	L3 NEUHAUSEN (SPREE)/KOPANCE/SPRJEWJA: Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee	71
4.1.4	L4 GUBEN und FORST (LAUSITZ)/BARŠĆ (ŁUŻYCA): Museumsinitiative, Museen 3.0	72
4.1.5	L5 AMT DÖBERN-LAND Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Közig	74
4.1.6	L6 NEUENDORF (TEICHLAND/GATOJCE) - Hafententwicklung (Cottbuser Ostsee)	76
4.1.7	L7 LIEBEROSER HEIDE - I.N.A Lieberoser Heide	78
4.1.8	L8 OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca) Abrundung Infrastruktur, Beispielung, Vermarktung	80
4.1.9	L9 Sorbisch/wendische Kultur, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen-Striesow/ Dešno-Strjažow mit „Stary lud“	82
4.2	Projekte Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität (Handlungsfeld A.)	85
4.2.1	A1 Premium Radwegenetz 2.0	87
4.2.2	A2 Ganzheitliches Mobilitätskonzept Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	89
4.2.3	A3. Neue Leuchtturmprojekte / Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung	91
4.2.4	A4 Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche, Ortsbildentwicklung	95
4.2.5	A5 Umsetzung Konzepte Wassertourismus	97
4.2.6	A6 (Teilräumlich) Ausbau der Wanderwege, Reitwege	99
4.2.7	A7 Museen SPN 3.0 / Weiterentwicklung Museumsnetzwerk SPN	100
4.3	Projekte Betriebliche Angebote, Tourist-Informationen (Handlungsfeld B.)	102
4.3.1	B1 Ausbau Gastgewerbe an Radwegen (und Wanderwegen)	103
4.3.2	B2 Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor	104
4.3.3	B3 Weiterentwicklung Tourist-Informationen	106
4.3.4	B4 Ausbau Erlebniseinkauf	108
4.3.5	B5 Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte	110
4.3.6	B6 Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe	111
4.3.7	B7 Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte	112
4.3.8	B8 Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce	114
4.4	Projekte Angebotsentwicklung (Handlungsfeld C.)	116
4.4.1	C1 Erarbeitung geführter Touren, Erlebnistouren	117
4.4.2	C2 Angebote für Familien	118
4.4.3	C3 Erweiterung der Angebote für junge Leute	119

4.4.4	C4 Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote	120
4.4.5	C5 Einführung Gästecard Spreewald	121
4.4.6	C6 Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen, Deutscher Radwandertag	123
4.4.7	C7 Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“	124
4.5	Projekte Vermarktung und Gästeinformation vor Ort (Handlungsfeld D.)	125
4.5.1	D1 Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort	126
4.5.2	D2 Ausbau des Online- und Social Media-Marketings	127
4.5.3	D3 Weiterentwicklung des Kartenmaterials (analog, digital)	128
4.5.4	D4 Persönliche Information vor Ort, Kampagne „Lieblings-Gastgeber“	129
4.5.5	D5 Entwicklung einer Auslandesmarketing-Kampagne	130
4.5.7	D6 Erarbeitung einer Heimatmarkt-Kampagne	131
4.7	Projekte Qualität (Handlungsfeld E.)	132
4.7.1	E1 Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen	132
4.7.2	E2 Nachhaltigkeitsmonitor	134
4.8	Projekte Digitalisierung (Handlungsfeld F.)	136
4.8.1	F1 Verbesserung Online Buchbarkeit	137
4.8.2	F2 Ausbau des POI-, Content- Netzwerkes	138
4.9	Projekte Kooperationen (Handlungsfeld G.)	139
4.9.1	G1 Netzwerk Binnenmarketing	139
4.9.2	G2 Kooperation mit Cottbus/Chósebusz	140
4.9.3	G3 TAG-Bildung Orte	141

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorgehen	20
Abbildung 2: Gebietskulisse Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	21
Abbildung 3: Autobahnanbindung Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa EC-/IC-Netz 2020 Deutsche Bahn	22
Abbildung 4: Liniennetz des Regionalverkehrs DB Regio	22
Abbildung 5: Faktoren touristischer Attraktivität	23
Abbildung 6: Themenprofilierung	26
Abbildung 7: Gewerbliches Beherbergungsangebot Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja Nysa 2010 – 2019	27
Abbildung 8: Beherbergungsangebot Städte und Gemeinden 2019	28
Abbildung 9: Gewerbliche Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa 2010-2019	32
Abbildung 10: Verteilung der Ankünfte und Übernachtungen auf Stadt-/Gemeindeebene 2019	33
Abbildung 11: Gewerbliche Ankünfte und Übernachtungen der Städte und Gemeinden 2019	33
Abbildung 12: Indizierte Entwicklung der Übernachtungen 2010 - 2019 (2010 = 100%)	34
Abbildung 13: Saisonale Verteilung Ankünfte, Übernachtungen Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019	35
Abbildung 14: Übernachtungen im regionalen Vergleich 2018/2019	36
Abbildung 15: Indizierte Entwicklung der Übernachtungen der Nachbarlandkreise und Brandenburg 2013-2019	36
Abbildung 16: Tourismusintensität Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019	37
Abbildung 17: Ausgewählte Aussagen aus den Expertengesprächen	38
Abbildung 18: Online-Befragung: Entwicklungsaufgaben im Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	39
Abbildung 19: Gebietskulisse, Zuständigkeiten Tourismus-Organisationen	40
Abbildung 20: Drei-Ebenen-Modell für den Bereich Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	41
Abbildung 21: Online-Befragung: Stärken und Schwächen des Landkreises Spree-Neiße	49
Abbildung 22: Online-Befragung: Bewertung Angebotsfaktoren im Landkreis Spree-Neiße	49
Abbildung 23: Zielgruppen mit hoher Bedeutung für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	60
Abbildung 24: Künftiger Charakter der touristischen Angebote im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	60
Abbildung 25: Touristische Schwerpunkträume und Achsen im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	63
Abbildung 26: Übersicht touristische Projekte und Maßnahmen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	65

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kurzübersicht touristische Angebote Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019	24
Tabelle 2: Übersicht der klassifizierten und zertifizierten Betriebe	30
Tabelle 3: Tourismusintensität 2019	37
Tabelle 4: Potenziale der Marktsegmente	46
Tabelle 5: SWOT Profil	50
Tabelle 6: Leitprojekte	67
Tabelle 7: Maßnahmen Handlungsfeld A „Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität“	85
Tabelle 8: Maßnahmen Handlungsfeld B „Betriebliche Angebote, Tourist-Information“	102
Tabelle 9: Maßnahmen Handlungsfeld C „Angebotsentwicklung“	116
Tabelle 10: Maßnahmen Handlungsfeld D „Vermarktung, Gästeinformation vor Ort“	125
Tabelle 11: Maßnahmen Handlungsfeld E „Qualität und Nachhaltigkeit“	132
Tabelle 12: Maßnahmen Handlungsfeld F „Digitalisierung“	136
Tabelle 13: Maßnahmen Handlungsfeld G „Kooperationen“	139

Kernergebnisse

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa engagiert sich nachhaltig und kontinuierlich für die Tourismusentwicklung. Das Kernziel dabei ist gemäß der letzten Fortschreibung des Tourismuskonzeptes aus dem Jahr 2013: Die Bedeutung des Tourismus ausbauen und stärken und dazu das touristische Potenzial der Region wirtschaftlich in Wert setzen. Das Aufgabenspektrum des Landkreises reicht dabei von der Entwicklung der touristischen Infrastruktur, der Unterstützung der touristischen Akteure bei der Entwicklung marktorientierter Produkte bis hin zur Stärkung des Images und der Erhöhung des Bekanntheitsgrades. Dazu bedient sich der Landkreis auch geeigneter Partner.

Das touristische Profil des Landkreises Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ist von sehr unterschiedlichen Landschaftsräumen und gegensätzlichen historischen Entwicklungen geprägt. Diese, teilweise landkreis- und länderübergreifenden, Profile und Angebote gemeinsam mit den regionalen Tourismusakteuren und den benachbarten Gebieten und Landkreisen zusammenzubringen, zu fördern und optimal am Markt zu platzieren, ist eine besondere Herausforderung. Klare Zielsetzungen und Strategien sowie regional abgestimmte Prioritäten bei der Umsetzung von Infrastrukturmaßnahmen und gemeinsamen Angebotsentwicklungen sind dafür unentbehrlich.

Weiterhin wichtig: Die Berücksichtigung aktueller Entwicklungen in Zusammenhang mit dem Strukturwandel des Lausitzer Reviers, die Digitalisierung und Entwicklungen in Zusammenhang mit Nachhaltigkeit, Mobilität und demografischem Wandel.

Damit ist die aktuelle Aufgabenstellung zur erneuten Fortschreibung des Tourismuskonzeptes für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa umrissen. Grundlage für die Entwicklung des Konzeptes sind die „Fortschreibung des Tourismuskonzeptes 2013“ sowie aktuelle Studien wie u. a. die Landestourismuskonzeption Brandenburg und die Kreisentwicklungskonzeption 2030 (KEK 2030), Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, Februar 2020. In die Erarbeitung des Konzeptes wurden über Analysen, Expertengespräche, Online-Befragung, Workshops und Arbeitssitzungen touristische Akteure sowie Politik und Verwaltung eingebunden.

Das vorliegende Konzept ist langfristig für die kommenden 10 Jahre ausgelegt. Kurz- und mittelfristig bleibt abzuwarten, welche Auswirkungen die COVID-19-Krise auf die öffentlichen Haushalte hat, aber auch auf die wirtschaftliche Stärke (und Überlebenschancen) der Betriebe und Einrichtungen, nicht nur im Tourismus. Die langfristigen Folgen sind noch nicht absehbar und müssen im Rahmen der schrittweisen Umsetzung des Konzeptes laufend geprüft werden. Dazu empfehlen wir aktuell vierteljährliche Statusanalysen, nach Abklingen der Pandemie dann jährliche Fortschreibungskonferenzen mit allen Kommunen, den Destinationsorganisationen sowie dem neuen Management zum Strukturwandel zur Fortschreibung des Projekt- und Maßnahmenteils dieses Tourismuskonzeptes.

Die Situation

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ist im Tourismus in den Angebots- und Attraktionsbereichen Erreichbarkeit, Natur (UNESCO Biosphärenreservat Spreewald, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, Naturpark Schlaubetal u. a.) und Erschließung von Natur und Landschaft mit Radwegen (mehr als 1.100 km Radwegenetz, acht Radfernwege: Oder-Neiße-Radweg, Spree-Radweg, Tour Brandenburg, Gurkenradweg, Niederlausitzer Bergbautour, Seenlandroute, Route historische Stadtkerne, Fürst-Pückler-Weg) sowie im Bereich Industriekultur gut aufgestellt und hat hier echte Stärken. Noch Verbesserungspotenzial gibt es bei der Mobilität vor Ort und in den Bereichen Freizeitangebote, Beherbergung und Gastronomie sowie Ortsbilder, Museen und kulturelle Angebote.

Das Bettenangebot in den Beherbergungsbetrieben wurde seit 2013 kontinuierlich leicht ausgebaut auf inzwischen 4.678 angebotene Betten (ohne Camping) in 115 geöffneten gewerblichen Beherbergungsbetrieben im Juli 2019. Die Betten waren 2019 zu 46,9 % ausgelastet, ein vergleichsweise guter Wert. Dennoch ist die Übernachtungsnachfrage weiterhin deutlich saisonal geprägt. Im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gab es in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben im Jahr 2019 rund 810.000 Übernachtungen durch 279.000 Gäste, die im Durchschnitt 2,9 Nächte blieben. Absoluter touristischer Schwerpunkt ist Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), das an den Übernachtungen im Landkreis einen Anteil von 71 % und bei den Gästen von 64 % hat. Auf Platz zwei folgt Neuhausen/Spree (8 % Anteil an den Übernachtungen). Spremberg/Grodtk, Kolkwitz/Gołkojce und Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) kommen auf einen Anteil von 4 % bzw. 3 %. Gemessen an der Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) spielt der Tourismus vor allem für Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) (135.363 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) und Neuhausen/Spree (13.407 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner) eine überdurchschnittliche Rolle.

In Summe aus Marktentwicklungen und Trends sowie den eigenen Potenzialen ergeben sich für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa vor allem Wachstumspotentiale in den Marktsegmenten Radreisen (auch per E-Bike) und Naturerlebnis.

Die künftigen Ziele und Strategien

Das (in Workshops mit Vertretern der Kommunen und aus dem Tourismus) abgestimmte künftige Kernziel und Mission Statement lautet:

Den Tourismus und Strukturwandel nutzen, um lebenswerter und begehrenswerter zu werden. Den Strukturwandel noch gezielter auch für den Tourismus nutzen.

Der Tourismus ist nicht nur wichtiger Wirtschaftsfaktor und Imagefaktor. Er hat als weicher Standortfaktor auch herausragende Bedeutung für die Sicherung des Landkreises Spree-Neiße als attraktiven Lebens- und Arbeitsraum für die Einheimischen.

Der Strukturwandel erfordert in Teilen des Landkreises eine wirtschaftliche Neuausrichtung. Der Tourismus wird dabei zumindest in Teilräumen künftig eine noch größere Rolle spielen können, auch und gerade, weil die Veränderung der Landschaftsräume und die Schaffung wichtiger Infrastrukturen neue Voraussetzungen schaffen. Der Tourismus kann in diesem grundlegenden Umstrukturierungsprozess keine wegfallenden Industriearbeitsplätze ersetzen, aber er ist und bleibt ein wichtiges wirtschaftliches Standbein und bedeutender Standortfaktor auch für andere Wirtschaftsbereiche. Deshalb ist es jetzt wichtiger denn je, dass die Orte und Regionen im Landkreis

Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa für Gäste wie Einheimische begehrenswert und lebenswert bleiben. Begehrlichkeit erwächst dabei aus den besonderen, bestens zugänglichen Landschaftsräumen und besonderen Attraktionen, aber vor allem auch aus der besonderen Aufenthaltsqualität der Orte und der Qualität ihrer Gastgeber. Um hier weitere Angebote zu entwickeln und Betrieben und Fachkräften so wirtschaftliche Perspektiven zu geben, müssen alle Möglichkeiten genutzt werden, um die zur Förderung des Strukturwandels zur Verfügung gestellten Mittel auch in nachhaltige Infrastrukturen für Tourismus und Naherholung zu investieren.

Im Einzelnen werden diese **qualitativen Ziele** festgelegt:

- ▶ regionale Identität und Tourismusbewusstsein weiter stärken
- ▶ touristische Profilierung weiter voranbringen, dabei neben den bestehenden Schwerpunkorten insbesondere die „neuen Landschaften“ zur Profilierung nutzen
- ▶ Bekanntheit und Image als attraktive Kurzreise- und Ausflugsregion weiter stärken
- ▶ durchgängig hohe Qualität erreichen
- ▶ Orte, Einrichtungen, Betriebe für die digitale Zukunft fit machen
- ▶ Beitrag zur Weiterentwicklung der Orte, Stärkung des Lebens-, Tourismus- und Wirtschaftsraumes leisten, Angebote und Betriebe sichern. Dazu Rahmenbedingungen für Fachkräfte verbessern (Kinderbetreuung, bezahlbarer Wohnraum)
- ▶ nachhaltige Tourismusentwicklung sicherstellen.

Hinzu kommen diese **ökonomischen und quantitativen Ziele**:

- ▶ mehr Tagesgäste, mehr Übernachtungsgäste, längere Aufenthaltsdauer bei allen Gästen
- ▶ höhere Tagesausgaben – mehr Umsätze für die touristischen Betriebe und mehr Wertschöpfung für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa
- ▶ Sicherung der Arbeitsplätze bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze im Tourismus im Rahmen des Strukturwandels (und nach der Corona-Krise), Sicherung von Unternehmensnachfolgen.

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden diese **Strategien** festgelegt:

1. Strukturwandel auch touristisch besser managen und nutzen
2. Sicherung, Ausbau, mehr Erlebbarkeit der touristischen Angebote, neue Leuchtturmprojekte, Themencluster
3. Führungsrolle im Radtourismus sichern, Wertschöpfungspotenziale nutzen, Angebot diversifizieren, emotionalisieren, perfektionieren
4. Weitere Schwerpunkorte und -regionen etablieren
5. Flankierende Themen entwickeln, neue Reiseanlässe bieten
6. Sorbisch/wendische Sprache und Kultur einbeziehen
7. Veranstaltungen als wichtige Treiber nutzen
8. Chancen der Digitalisierung nutzen, TMB Content Netzwerk Brandenburg stärken
9. Neue Märkte erobern: Polen, Tschechien und der „Heimatmarkt“
10. Starke örtliche Verbünde schaffen

11. Stärkung der KMU

Die Rolle des Landkreises Spree-Neiße bei der Verfolgung der genannten Ziele und Strategien ist es auch künftig, als Vernetzer, Förderer und Vermittler zu fungieren. Er tritt gemeinsam mit den Akteuren der Reisegebiets- und Ortsebene für die Stärkung der Tourismusbranche ein, unterstützt die regionalen Tourismusakteure und entwickelt gemeinsam mit den Kommunen die öffentliche Infrastruktur. Künftig soll der Landkreis auch noch stärker als bisher auch die Ansiedlung touristischer Attraktionen und Betriebe durch ein zentrales Ansiedlungsmanagement und Coaching potenzieller Investoren und Betreiber unterstützen.

Als **Zielgruppen** sollen künftig im Mittelpunkt stehen:

- ▶ Aktivurlauber (vor allem Rad, zunehmend auch Wandern, sowie Wassersport)
- ▶ Kulturtouristen (Landschaft im Wandel, Industriekultur, Veranstaltungen, Sorbische/wendische Traditionen)
- ▶ Gesundheits- und Wellnesstouristen (Schwerpunkt Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)) und Erholungsgäste (sowohl als Kurzurlauber als auch als Tagesgäste)
- ▶ Hinzu kommen weitere Zielgruppen wie Familien, Gruppen, Tagungs- und Seminargäste, Camper und Wohnmobilisten.

Insgesamt soll es künftig eine stärkere Lebensstilorientierung bei Produkten und Vermarktung geben.

Projekte und Maßnahmen

Für die einzelnen Handlungsfelder wurden die nachfolgenden Projekte und Maßnahmen festgelegt und mit Prioritäten, Verantwortlichkeiten und Zeithorizonten untersetzt. Dabei wurden auch **neun Leitprojekte** bestimmt, die übergreifenden Charakter und besondere Bedeutung haben. Darüber hinaus gibt es viele **weitere Projekte**, gegliedert nach den Handlungsfeldern Infrastruktur, Betriebe, Angebote, Vermarktung, Qualität und Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Kooperation. Die Projekte und Maßnahmen greifen alle in der Kreisentwicklungskonzeption 2030 (KEK 2030), Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, benannten inhaltlichen Schwerpunkte für die weitere Tourismusedwicklung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa auf, ebenso die konzeptionellen Ansätze aus Landestourismuskonzeption und TMB-Marketingkonzept. Für die einzelnen Handlungsfelder werden die folgenden Projekte und Maßnahmen festgelegt und mit Prioritäten, Verantwortlichkeiten und Zeithorizonten untersetzt.

Zunächst werden **neun Leitprojekte** vorgestellt, die übergreifenden Charakter und besondere Bedeutung haben. Anschließend werden **die weiteren Projekte**, gegliedert nach den Handlungsfeldern Infrastruktur, Betriebe, Angebote, Vermarktung, Qualität und Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Kooperation vorgestellt und jeweils ausführlich erläutert.

Leitprojekte

Um das aktuelle Hauptziel der weiteren touristischen Entwicklung umzusetzen und die besonderen Herausforderungen, aber auch Chancen des Strukturwandels und der dazu zur Verfügung stehenden Hilfen des Bundes auch für die weitere Entwicklung des Tourismus wirksam zu machen, soll beim Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ein zentrales Management eingesetzt werden (Leitprojekt L1). Es dient dazu, Projekte mit zu entwickeln und zu koordinieren, das Update der zahlreichen vorhandenen, aber z. T. auch veralteten Masterpläne zu steuern und den Landkreis und seine Kommunen auch bei der Ansiedlung neuer touristischer Anbieter zu unterstützen.

Weitere Leitprojekte haben die Weiterentwicklung und Höherprädikatisierung von Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) (L2) zum Gegenstand, bei der vor allem die Qualitätsentwicklung im Mittelpunkt steht. Als zweiter touristischer Schwerpunkt geht es auch in Neuhausen/Spree um die auf Qualität ausgerichtete Weiterentwicklung der Beherbergungsangebote am Spremberger Stausee (L3), ebenfalls mit dem Ziel der Saisonverlängerung.

In Guben und Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) sollen die beiden Museen auch in Bezug auf die Ausstellungen touristisch attraktiver werden (L4). Besucherstärkstes Museum im Landkreis ist das Heimatmuseum in Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, das das Thema sorbische/wendische Geschichte und Kultur in den Mittelpunkt stellt und künftig noch mehr zur Profilierung der Region beitragen soll (L9). Das Eisenhütten- und Fischereimuseum Peitz/ Picnjo ist Gegenstand des Projektes A3, und wird aufgrund seiner Bedeutung für die Museumslandschaft im Landkreis Spree-Neiße bereits hier erwähnt. Bereits geplant sind das Geopark-Besucherzentrum des UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen/Łuk Mużakowa im Amt Döbern-Land (L5) und die I.N.A in der Lieberoser Heide (L7). Beide Projekte stärken nachhaltig das Schwerpunkt- und Potenzialthema „Natur“ auch im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa.

Wichtigstes Projekt in Zusammenhang mit dem entstehenden Cottbuser Ostsee ist auf dem Gebiet des Spree-Neiße-Kreises die Hafententwicklung in Neuendorf (Teichland/Gatojce) (L6). Hier kann ein wichtiges Freizeitcluster entstehen und ein weiterer touristischer Schwerpunkt.

Der Rosengarten in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) gehört zu den bedeutendsten Besucherattraktionen im Landkreis. Hier liegt der Fokus jetzt auf der Stärkung von Bespielung (Veranstaltungen, Führungen, Gästeangebote), der Vermarktung und der infrastrukturellen Abrundung (L8).

Leitprojekte und Maßnahmen		Zuständigkeit			Priorität	Zeithorizont			
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände		Betriebe	k	m	l
L1	LANDKREIS SPREE-NEISSE/ WOKREJS SPRJEWJA-NYSA: Zentrales Management Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne, touristische Ansiedlung	x					X	x	
L2	BURG (SPREEWALD)/ BÓRKOWY (BŁOTA): Weiter- entwicklung, Höherprädikatisie- rung als Thermoheilbad		x	x	x		X	x	

Leitprojekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
L3	NEUHAUSEN (SPREE)/KOPANĀCE/SPRJEWJA: Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee				x	+++	X	x	
L4	GUBEN und FORST (LAUSITZ)/BARŠĀ (ŁUŹYCA): Museumsinitiative, Museen 3.0	x	x			+++		x	
L5	AMT DÖBERN-LAND Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Kōlzig		x	x		+++		x	x
L6	NEUENDORF (TEICHLAND/GA-TOJCE) - Hafenentwicklung (Cottbuser Ostsee)	x	x			+++		X	x
L7	LIEBEROSER HEIDE - I. N. A Lieberoser Heide	x	x	x	x	+++	X	X	x
L8	OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN FORST (LAUSITZ)/BARŠĀ (ŁUŹYCA) Abrundung Infrastruktur, Bespielung, Vermarktung		x	x	x	+++	x	x	x
L9	ERLEBBARE SORBISCH/WENDISCHE KULTUR, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen mit Stary Lud	x	x			+++	X	X	x

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld A „Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität“

Im Mittelpunkt stehen hier Projekte und Maßnahmen, um bei vorhandenen Stärken wie den Radangeboten die Angebots- und Qualitätsführerschaft zu verteidigen (A1), Schwächen im Bereich Mobilität abzubauen (A2) und neue Akzente bei den Angeboten zu setzen (A3), insbesondere auch an Entwicklungsstandorten wie dem Welzower Revier oder dem Cottbuser Ostsee. Ziele sind, mehr Nachfrage zu generieren, echte touristische Zentren zu schaffen oder bestehende Standorte zu solchen zu entwickeln (Attraktion(-en) + Gastronomie + Beherbergung) und so die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus zu steigern. Dabei kommt es auch auf die Aufenthaltsqualität an (A4). Bei den Museen bedürfen nicht nur die Einrichtungen in Forst (Lausitz)/BaršĀ (ŁuŹyca) und Guben (L4) oder das Heimatmuseum in Dissen-Striesow/Dešno-StrjaŹow mit dem Freilichtmuseum zum Thema sorbische/wendische Geschichte (L9) der weiteren touristisch wirksamen Aufwertung, sondern auch einzelne weitere Angebote wie z. B. Archäotechnische Zentrum in Welzow, das bereits ein bemerkenswertes Niveau erreicht hat und für die Themen der Region, aber auch für Bildung und Jugendarbeit steht und dabei auch Impulse für künftige Ausbildungsberufe im Handwerk geben kann. Im Bereich Museen in der Fläche bedarf es dabei sowohl eines koordinierten Gesamt-

ansatzes, als auch einer punktuell und kreisweit abgestimmten Stärkung einzelner Häuser mit besonderem touristischem Potenzial (A7). Etwas geringere Priorität als die vorgenannten Projekte haben die Umsetzung der Konzepte im Wassertourismus (A5) und der teilräumliche Ausbau von Wanderwegen oder Reitwegen (A6).

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
A1	Premium Radwegenetz 2.0	x	x			+++	X	x	
A2	Ganzheitliches Mobilitätskonzept des Landkreises Spree-Neiße	x		x		+++	X	x	
A3	Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung		x		x	+++	X	x	x
A4	Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche, Ortsbildentwicklung	x	x		x	+++	X	x	
A5	Umsetzung Konzepte Wassertourismus		x			++		x	
A6	(teilräumlich) Ausbau der Wanderwege, Reitwege		x		x	++		x	x
A7	Museen SPN 3.0 / Weiterentwicklung Museumsnetzwerk SPN	x	x			+++	X	x	x

In der Verantwortung für Planung, Koordination und Umsetzung sind in diesem Handlungsfeld vor allem die Kommunen.

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld B „Betriebliche Angebote, Tourist-Informationen“

Bei den Betrieben haben die höchste Priorität der Ausbau gastgewerblicher Angebote an den Radwegen (B1), um hier Synergien zu den umfassenden Infrastrukturinvestitionen zu sichern und deren Effekte wirtschaftsfördernd zu verstärken, die Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe (B6) in Hinblick auf Ambiente, Lebensstilorientierung, betriebliche Zusatzangebote, Klassifizierung und Zertifizierung. Wenn dadurch die Auslastung gestiegen ist, können auch neue Betriebe mit hoher Eigenattraktivität (B7) wie Wellnesshotels, Baumhaushotels, Lodges, Hausboote etc. hinzukommen (Vgl. L3, L8).

Im Bereich der Besucherattraktionen, indoor wie outdoor, steht der Ausbau der gewerblichen Angebote (B2) im Mittelpunkt. Sie können von den hohen Frequenzen durch den Spreewald profitieren und sollten in der Lage sein, auch für Gäste aus Berlin, Leipzig und Dresden (Tagesausflüge,

z.T. Kurzreisen) und darüber hinaus Besuchsgrund und -anlass zu sein. Dies können auch (weitere, vgl. Confiserie Felicitas) Angebote im Bereich Erlebniseinkauf sein (B4).

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
B1	Ausbau Gastgewerbe an den Radwegen (und Wanderwegen)	x	x	x		+++		x	x
B2	Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor	x	x		x	+++		x	x
B3	Weiterentwicklung Tourist-Informationen		x	x		++		x	
B4	Ausbau Erlebniseinkauf		x		x	++		x	
B5	Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte		x		x	++		x	x
B6	Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe		x		x	+++		x	
B7	Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte			x	x	++		x	
B8	Ausbau Erlebnispark Teichland				x	+		x	

In der Verantwortung für Planung und Umsetzung sind in diesem Handlungsfeld vorrangig die Betriebe und die Orte.

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld C „Angebotsentwicklung“

Bei den Angeboten haben solche für Familien (C2) und junge Leute (C3) den Vorteil, neben Gästen vor allem auch Einheimische anzusprechen und für relevante Bevölkerungsgruppen die Lebensqualität zu erhöhen. Um die Saison zu verlängern, sollen Angebote über einen zusätzlichen Vermarktungsweg „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“ ausgebaut werden (C7). Erlebnistouren (C1), Veranstaltungen (C6) und eine GästeCard (C5) verbessern die Erlebbarkeit und den Zugang zu den Angeboten. Niederschwellige Gesundheitsangebote (C4) oder auch gesundheitsorientierte Erholungsangebote können kreisweit ein steigendes Gästebedürfnis erfüllen.

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
C1	Erarbeitung geführter Touren, Erlebnistouren		x	x	x	++		x	x
C2	Angebote für Familien			x	x	+++	x		
C3	Erweiterung der Angebote für junge Leute		x		x	+++	x	x	
C4	Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote		x		x	++		x	
C5	Einführung Gästecard Spreewald		x	x	x	+++	x	x	
C6	Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen, Deutscher Radwandertag		x	x	x	++	x	x	
C7	Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“		x	x	x	+++	x	x	

In der Verantwortung für Planung und Umsetzung sind in diesem Handlungsfeld vor allem die Betriebe und die Orte.

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld D „Vermarktung, Gästeinformation vor Ort“

Der Bereich Vermarktung liegt im Verantwortungsbereich von Betrieben und touristischen Organisationen auf Orts- und Destinationsebene. Bei bestimmten Projekten kann die Kreisverwaltung hier aber koordinierend und unterstützend tätig werden (D3, D5, D6). Die höchste Priorität hat in diesem Handlungsfeld die Verbesserung der Online-Sichtbarkeit (D1) und der Ausbau des Online-Marketings (D2) sowie eine persönlichere Ansprache und Einbindung von Gästen und Bevölkerung in Kampagnenform (D3, D6).

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
D1	Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort		(x)	x	X	+++	x	x	x
D2	Ausbau des Online- und Social Media-Marketings		x	x	x	+++	x	x	
D3	Entwicklung des Kartenmaterials	x		x		++		x	x

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
D4	Erweiterung der persönlichen Information vor Ort / Kampagne „Lieblings-Gastgeber“			x	X	+++	x	x	
D5	Entwicklung einer Auslandsmarketing Kampagne	(x)		x	X	++		x	x
D6	Erarbeitung einer Heimatmarkt-Kampagne	(x)		x		++		x	x

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld E „Qualität und Nachhaltigkeit“

Der weitere Ausbau von Zertifizierungen und Klassifizierungen (E1) ist weiterhin Kern der Qualitätsstrategie im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa. Hierzu ist die Zertifizierung zur ADFC-Radreiseregion zu prüfen. Der Nachhaltigkeitsmonitor (E2) analysiert periodisch den Stand der Nachhaltigkeit im Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa und schlägt über eine Arbeitsgruppe passende Maßnahmen vor.

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		K	m	l
E1	Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen	x	x	x	x	+++		x	x
E2	Nachhaltigkeitsmonitor	x		x	x	++	X	x	x

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld F „Digitalisierung“

Schaffung von digitalem Content für die strukturierten Datenbanken der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (F2) ist die zentrale Aufgabe im Bereich der Kommunikation und Vermarktung und Kern zahlreicher, die digitalen Medien nutzenden touristischen Vermarktungs- und Vernetzungsansätze. Immer wichtiger wird auch die Online-Buchbarkeit – nicht nur von Unterkünften, sondern auch von Führungen, Veranstaltungen und Erlebnissen (F1).

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
F1	Verbesserung der Online Buchbarkeit			x	x	+++	x	x	x
F2	Ausbau des POI-, Content-Netzwerkes		x	x	x	+++	X	x	x

Projekte und Maßnahmen im Handlungsfeld G „Kooperationen“

Priorität im Handlungsfeld Kooperationen hat für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa die Zusammenarbeit mit Cottbus/Chóšebuz (G2), zumal es hier künftig mit dem Cottbuser Ostsee auch einen neuen touristischen Schwerpunktbereich gibt, der auch Standort für eine weitere BUGA in Cottbus/Chóšebuz werden soll. Weiterhin ist Cottbus mit seinen Angeboten in den Bereichen Theater, Konzerte, Tierpark, Stadterlebnis, Parkanlagen, Baden und Einkaufen ein wichtiges Komplementärziel für Natur- und Aktivtouristen. Um die im Tourismus finanziell und personell teils nur schwach aufgestellten Orte zu stärken, bietet sich eine deutlich stärkere Zusammenarbeit jeweils mehrerer Kommunen an, die in die formelle Gründung einer Touristischen Arbeitsgemeinschaft (TAG) (G3) münden kann. Weiteres Projekt ist ein Netzwerk Binnenmarketing und Lobbyarbeit (G1). Permanent wichtig bleibt darüber hinaus die Zusammenarbeit mit den Nachbarlandkreisen, mit und zwischen den beiden regionalen Tourismusorganisationen (Spreewald, Lausitzer Seenland), der TMB Tourismus Marketing Brandenburg, den touristischen Fachverbänden, den Naturorganisationen und Partnern aus benachbarten Branchen, ohne dass das hier als eigenständiges Projekt formuliert ist. Gleiches gilt in besonderer Weise für die Zusammenarbeit mit Polen, insbesondere im Rahmen der Euroregion Spree-Neiße-Bober, aus der sich sowohl intensiver inhaltlicher Austausch als auch gemeinsame Projekte und Fördermöglichkeiten ergeben.

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
G1	Netzwerk Binnenmarketing und Lobbyarbeit	x		x	x	++		x	x
G2	Kooperation mit Cottbus/Chóšebuz	x	x	x		+++	x		
G3	TAG-Bildung Orte		x	x		+++	x		

Fazit und Ausblick

Mit diesem Tourismuskonzept werden die Weichen für die künftigen inhaltlichen Schwerpunkte und die gezielte Weiterentwicklung des Tourismus gestellt. Es greift bereits angelaufene Projekte auf, ergänzt um neue Projekte und ist Orientierungsrahmen auch für alle künftigen Projekten, die sich im Rahmen des Strukturwandels, der forcierten Ansiedlungspolitik und der künftig stärker zu beachtenden Synergien zwischen Tourismusentwicklung und Entwicklung als attraktiver Lebensraum ergeben.

Es geht einerseits darum, die guten bestehenden Angebote zu sichern und zukunftssicher zu machen. Andererseits muss es aber auch darum gehen, neue, attraktive, außergewöhnliche Angebote und Attraktionen zu schaffen, die eine besondere überregionale Anziehungskraft für Touristen entwickeln und somit auch besondere Wettbewerbsvorteile und Wertschöpfungspotenziale.

Das Maßnahmenpaket soll gemeinsam durch alle Ebenen und Akteure im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa mit Leben gefüllt und umgesetzt werden. Dazu sind entsprechende personelle und finanzielle Ressourcen durch die Kommunen und Betriebe sicherzustellen, ggf.

auch über verbindliche Finanzierungsinstrumente. Für einige Projekte können aber auch die Bundesmittel für den Strukturwandel anvisiert werden, darüber hinaus gibt es weitere spezifische Fördertöpfe, die gezielt genutzt werden können, um in der Region Impulse zu setzen.

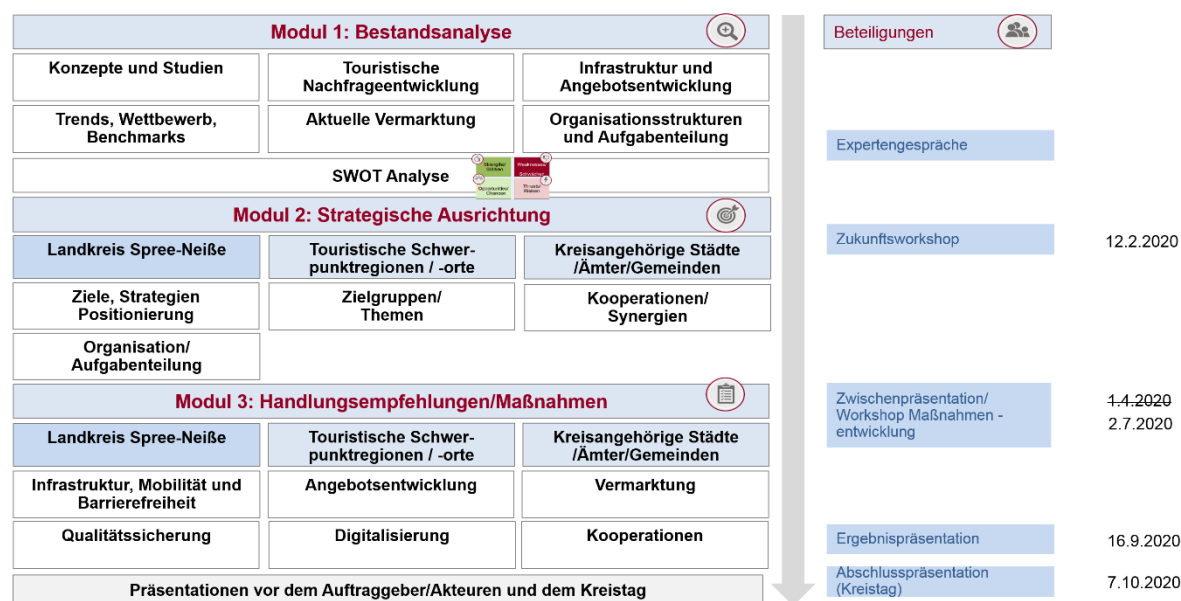
Potsdam, Köln, 23.9.2020

1. Einführung, Aufgabenstellung

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa will das touristische Potenzial der Region wirtschaftlich weiter in Wert setzen. Das vorliegende Tourismuskonzept ist die Grundlage für die erfolgreiche zukünftige touristische Entwicklung der Region. Das Konzept soll die aktuelle Marktsituation des Landkreises bewerten, die strategische Ausrichtungen aufzeigen und die Strategien und Handlungsfelder mit dazugehörigen Maßnahmen auf kommunaler Ebene darlegen. Besonders die Themen Qualität, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Mobilität und Barrierefreiheit werden bei der Erstellung des Konzeptes berücksichtigt.

Grundlage für die Entwicklung des Konzeptes sind die „Fortschreibung des Tourismuskonzeptes 2013“ sowie aktuelle Studien wie u. a. das Landestourismuskonzept Brandenburg und die Kreisentwicklungskonzeption 2030 (KEK 2030), Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. In die Erarbeitung des Konzeptes wurden über Analysen, Expertengespräche, Online-Befragung, Workshops und Arbeitssitzungen touristische Akteure sowie Politik und Verwaltung eingebunden. Viele der wertvollen Hinweise und Projektideen sind direkt in das Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil, in die Strategien und Maßnahmen eingeflossen.

Abbildung 1: Vorgehen



Quelle: ift GmbH

2. Bestandsanalyse

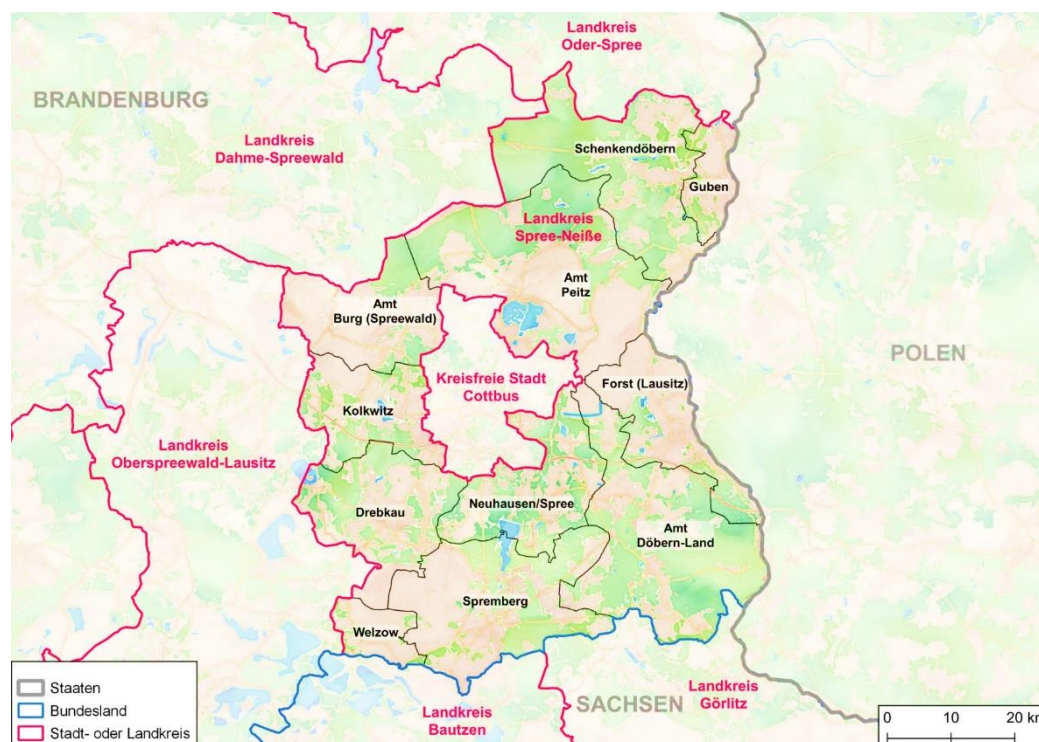
2.1 Lage, Anbindung

Lage, Anbindung, ÖPNV

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa liegt im Südosten des Landes Brandenburg an der polnischen Grenze. Zum Landkreis gehören die Kommunen Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Kolkwitz/Gołkojce, Drebkau/Drjowk, Welzow/Wjelcej, Spremberg/Grodk, Neuhausen/Spree, Amt Döbern-Land, Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca), Amt Peitz/Picnjo, Guben und Schenkendöbern. Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hat Anteile an den Reisegebieten Spreewald und Lausitzer Seenland. Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa liegt an den Flüssen Spree und Neiße und verfügt über mehrere Fernradwege wie den Spree-Radweg und den Oder-Neiße-Radweg.

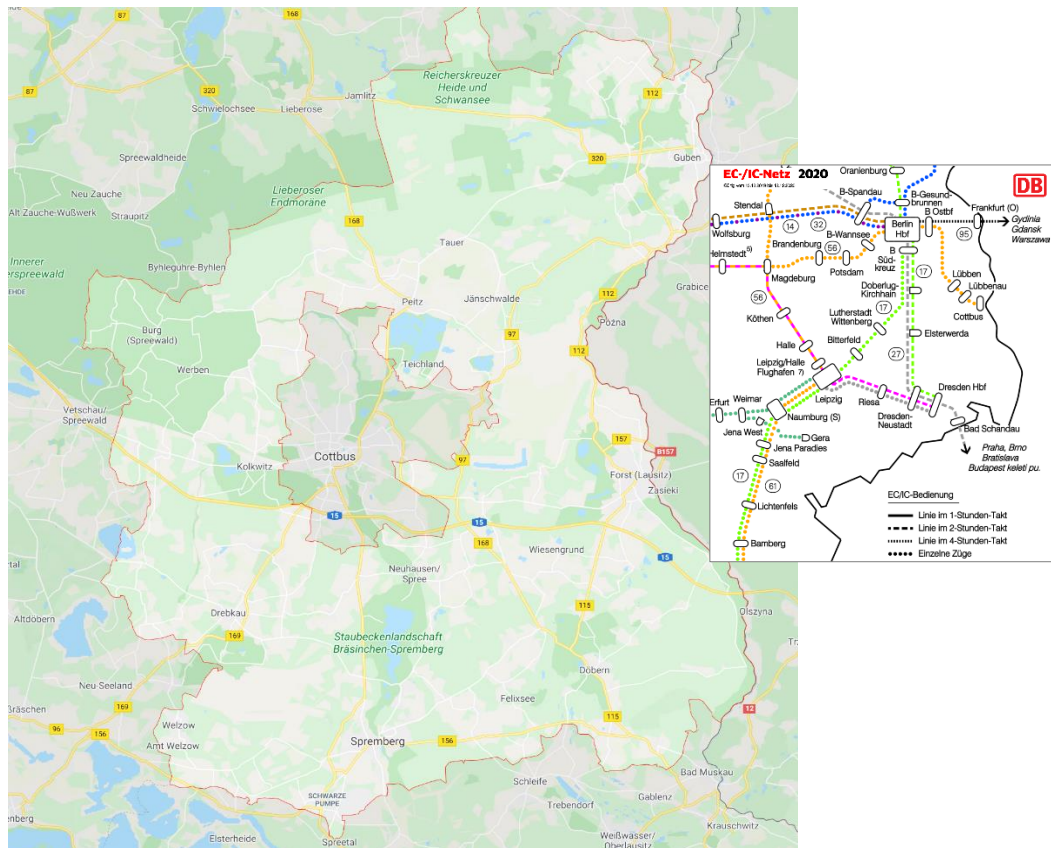
Die Autobahn A 15 verläuft aus Richtung Berlin von Nordwesten nach Osten durch den Landkreis und weiter nach Polen. Die Bundesstraßen B 97, 112, 168, 169 und 320 binden in alle Richtungen auch weitere Autobahnen an. Die Bahn-Haupttrasse verläuft über Cottbus/Chósebusz, die Regionalbahn zwischen Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) und Cottbus/Chósebusz. Die Mobilität vor Ort wird über den Spree-Neiße-Bus und den Rufbus (per telefonischer Bestellung) gesichert.

Abbildung 2: Gebietskulisse Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS

**Abbildung 3: Autobahnanbindung Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa
EC-/IC-Netz 2020 Deutsche Bahn**



Quelle: Googlemaps, kleine Karte: Deutsche Bahn AG

Abbildung 4: Liniennetz des Regionalverkehrs DB Regio



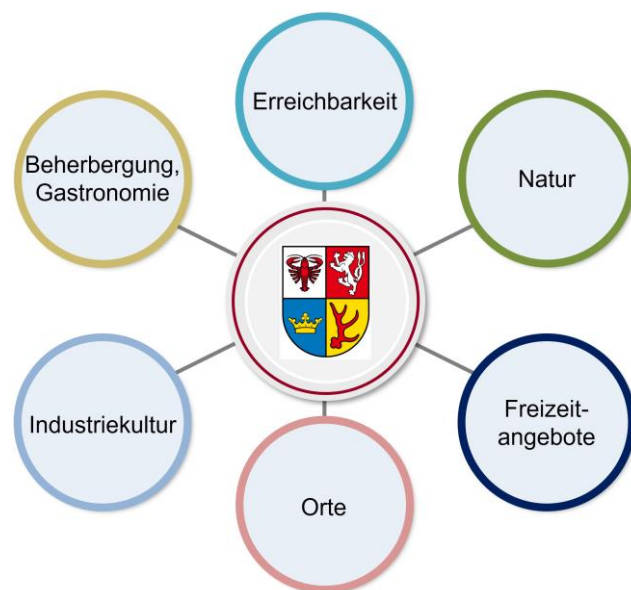
Herausgeber:
DB Regio AG, Regio Nordost
Babelsberger Straße 18
14473 Potsdam
Telefon 0331 235 68 81/82
www.bahn.de/brandenburg
Redaktionsschluss: 14.10.2019

2.2 Aktuelles touristisches Angebot

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bietet ein sehr abwechslungsreiches Landschaftsbild mit Seen und Wäldern und dabei einer Reihe landschaftlicher Besonderheiten wie das UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald, die Flussauen von Spree und Neiße oder den UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen. Das Lausitzer Seenland ist eine beeindruckende Landschaft im Wandel, mit neuen Seen, entstanden aus ehemaligen Braunkohletagebauen, die schon heute touristische Anziehungspunkte sind. Es gibt 1.100 km gut ausgeschilderte Radwege, darunter acht Fernradwege, weitere bedeutende gebietsspezifische Themen-Radwege, verschiedene Wandergebiete und immer mehr touristische Angebote auf dem Wasser und an den schrittweise neu entstehenden Gewässerrändern, in Häfen sowie an Promenaden. Hinzu kommen ein vielfältiges Kulturangebot mit historischen Ortskernen, die besonderen Bräuche, Traditionen und Feste der Sorben/Wenden, Heimatmuseen und technische Museen mit Entwicklungspotenzialen. Touristisches Zentrum des Landkreises ist der Kurort¹ Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) mit der Spreewald Therme und herausragenden Wellnesshotels. Damit verfügt der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa über sehr gute Voraussetzungen für die Tourismusentwicklung. Dies ist vor dem Hintergrund des Strukturwandels von entscheidender Bedeutung.

Bei der Analyse der aktuellen touristischen Angebote wurden die folgenden Faktoren touristischer Attraktivität für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa näher betrachtet:

Abbildung 5: Faktoren touristischer Attraktivität



Quelle: ift GmbH

¹ Ort mit Heilquellenkurbetrieb, weitere Höherprädikatisierung wird angestrebt

Aktuell bietet der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa u. a. folgende touristische Angebote (Auswahl):

Tabelle 1: Kurzübersicht touristische Angebote Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019

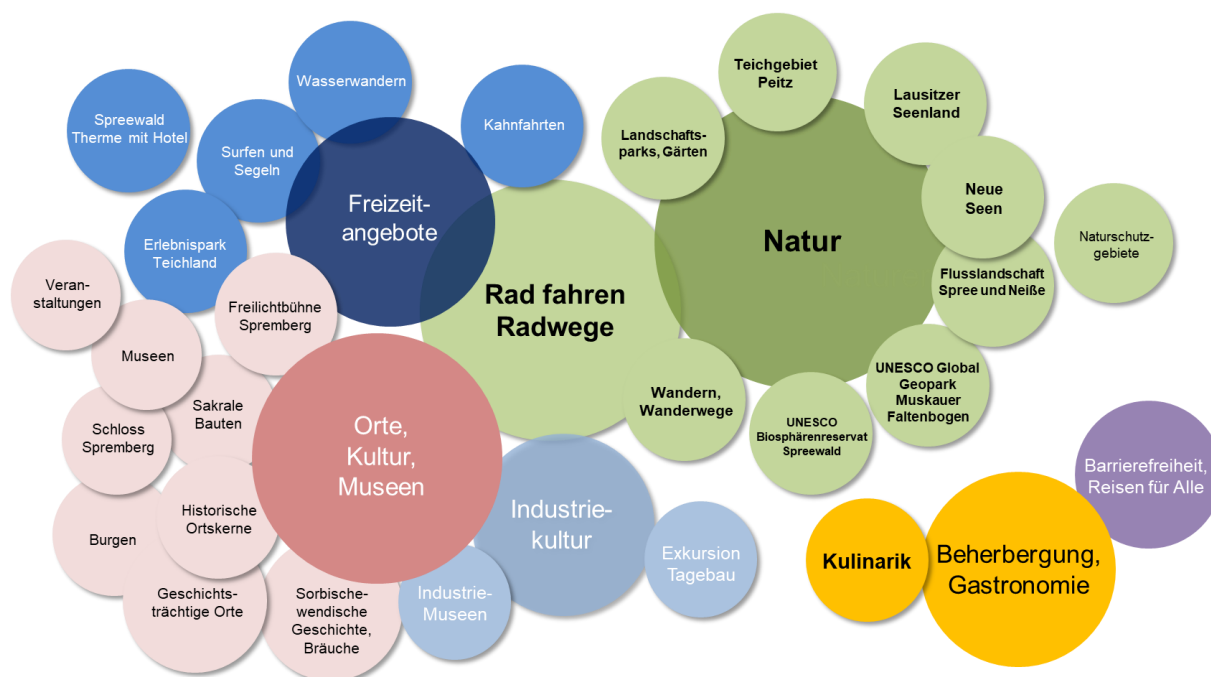
Natur, Landschaften	<ul style="list-style-type: none"> ▶ UNESCO Biosphärenreservat Spreewald ▶ UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen / Łuk Mużakowa ▶ Naturpark Schlaubetal ▶ Teichgebiet Peitz/Picnjo ▶ Lausitzer Seenland ▶ Flusslandschaften Spree und Neiße ▶ Talsperre Spremberg/Grodk bzw. Spremberger Stausee ▶ Landschaftsparks (z. B. Reuthen/ Reuthener Moor) ▶ Naturschutzgebiete (z. B. Pinnower Läuche und Tauersche Eichen) ▶ Parks & Gärten: insbesondere Ostdeutscher Rosengarten, Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca)
Natur aktiv erleben	<p>Radfahren</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mehr als 1.100 km Radwegenetz, acht Radfernwege (Oder-Neiße-Radweg, Spree-Radweg, Tour Brandenburg, Gurkenradweg, Niederlausitzer Bergbautour, Seenlandroute, Route historische Stadtkerne, Fürst-Pückler-Weg etc.) <p>Wandern</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ z. B. im Spreewald, Steinitzer Alpen, Kaltenborner Berge, Jamnoer Urwald, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, Naturpark Schlaubetal ▶ Europäischer Fernwanderweg E10 „Finnland-Gibraltar“ von Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), über Cottbus/Chóšebuz bis Spremberg/Grodk ▶ Nordic-Walking Strecken, geführte Themenwanderungen (z. B. zum Thema Wölfe) <p>Wassersport</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kanufahrten, Stand up Paddling (SUP), Wasserwandern im Spreewald ▶ Surfen, Segeln, SUP im Lausitzer Seenland ▶ Wasserwandern auf der Neiße <p>Reiten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Reiterhöfe, Reitrouten <p>Campingtourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Campingplätze in Amt Peitz/Picnjo, Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Amt Döbern-Land, Schenkendöbern, Neuhausen/Spree, Spremberger Stausee
Freizeitangebote u. a.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erlebnispark Teichland/Gatojce (Teichland/Gatojce) ▶ Ostdeutscher Rosengarten, Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca) ▶ Freilichtbühne Spremberg/Grodk ▶ „Stary Lud – Das alte Volk“ Freilichtmuseum (Heimatemuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow) ▶ Freizeitpark „Klein Döbbern“ (Neuhausen/Spree) ▶ Barfußpark (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)) ▶ Motorsportzentrum (Jänschalde/Janšojce) ▶ Naturlehrpfade (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Guben, Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca) ▶ SchokoLadenLand Hornow, Gut Neu Sacro ▶ Affenzoo Jocksdorf

Freizeitangebote Ausruhen & Entspannen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Spreewald Therme mit Solebad, Spreewald Thermenhotel (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)) ▶ Hotel Bleiche Resort & Spa in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) ▶ Christinenhof & Spa (Tauer/Turjei) ▶ Landhotel Burg im Spreewald (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)) 	
Besondere Orte, Sehenswürdigkeiten	<p>Historische Städte und Ortskerne</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Burg im Spreewald ▶ Spremberg/Grodtk – „Perle der Lausitz“ ▶ Fischer- und Festungsstadt Peitz/Picnjo ▶ Guben <p>Geschichtsträchtige Orte</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kolkwitz Bunker mit militärhistorischem Museum ▶ Historischer Spreewaldbahnhof (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)) ▶ Alter Hafen (Guben) ▶ Holländermühle (Turnow) ▶ Bismarckturm (Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)) <p>Burgen und Schlösser</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Schloss Spremberg/Grodtk ▶ Schloss Drebkau/Drjowk ▶ Schloss in Bärenklau, Schenkendöbern 	<p>Sakrale Bauten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kreuzkirche, Spremberg/Grodtk ▶ Kirche und Mumien von Illmersdorf ▶ Zahlreiche historische Dorfkirchen und Kapellen <p>Museen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Stadt- und Industriemuseum (Guben) ▶ Brandenburgisches Textilmuseum Forst (Lausitz)/Baršč (Łužyca) ▶ Eisenhütten- und Fischereimuseum (Peitz/Picnjo) ▶ Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow & Stary Lud ▶ Museum Sorbische Webstube Drebkau/Drjowk ▶ Wendisch-Deutsches Heimatmuseum (Jänschalde/Janšojce) ▶ Plastinarium (Guben) ▶ Archiv der verschwundenen Orte ▶ Holländermühle (Turnow) ▶ Archäotechnisches Zentrum Welzow/Wjelcej <p>Zahlreiche weitere Heimatstuben, Heimatmuseen</p> <p>Zahlreiche Veranstaltungen</p>
Industriekultur, Tagebau	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tagebau Jänschalde/Janšojce ▶ Welzow/Wjelcej-Stadt am Tagebau Welzow/Wjelcej Süd: Excursio Besucherzentrum ▶ Multimediales Informationszentrum des Kraftwerks „Schwarze Pumpe ▶ Aussichtspunkt Steinitzer Treppe (Drebkau/Drjowk) ▶ Rekultivierung und Erholungsgebiete: „Pulsberger Hochkippe“ (Welzow/Wjelcej), „Buckwitzberg“ (Welzow/Wjelcej) ▶ Tagebau-Radtourismus: Fahrradpraxis Bogott: geführte Touren, Fahrradverleih- und Reparatur, Pannendienst, Lausitzer Tagebau-Tourismus ▶ Industriemuseen (siehe Museen) 	

2.3 Aktuelle Themenkompetenz, Zielgruppen, Quellmärkte

Übergreifende Hauptthemen sind Aktiv- und Naturtourismus mit den Themen Rad und Wasser, Kultur und Geschichte (einschließlich sorbische/wendische Kultur und Industriekultur) sowie Gesundheit und Wellness.

Abbildung 6: Themenprofilierung



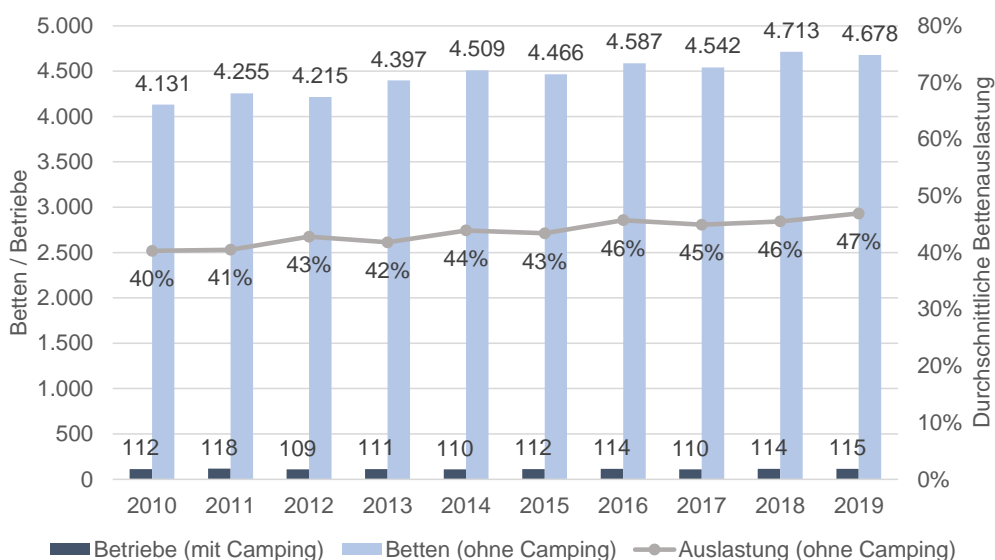
Quelle: ift GmbH

2.4 Angebotsentwicklung der Betriebe und Betten

Entwicklung des Beherbergungsangebotes im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Die Zahl der gewerblichen Beherbergungsbetriebe und angebotenen Betten ist im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa im Zeitraum 2010 bis 2019 kontinuierlich gestiegen. Im Jahr 2019 gab es im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 115 gewerbliche Beherbergungsbetriebe (mit mehr als 10 Betten) und 4.678 Betten (ohne Camping). Im Vergleich zu 2010 (112 Betriebe, 4.131 Betten) ist das ein Zuwachs von lediglich drei Betrieben, aber von mehr als 500 Betten. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist also gewachsen. Die durchschnittliche Bettenauslastung ist in diesem Zeitraum – trotz des Bettenzuwachses – um 6,6 %-Punkte auf gute 46,9% angestiegen.

Abbildung 7: Gewerbliches Beherbergungsangebot Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2010 – 2019



Quelle Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020, gewerbliche Betriebe > 10 Betten (Bettenangaben ohne Campingplätze) im Juli des jeweiligen Jahres

Beherbergungsangebot in Städten und Gemeinden Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019

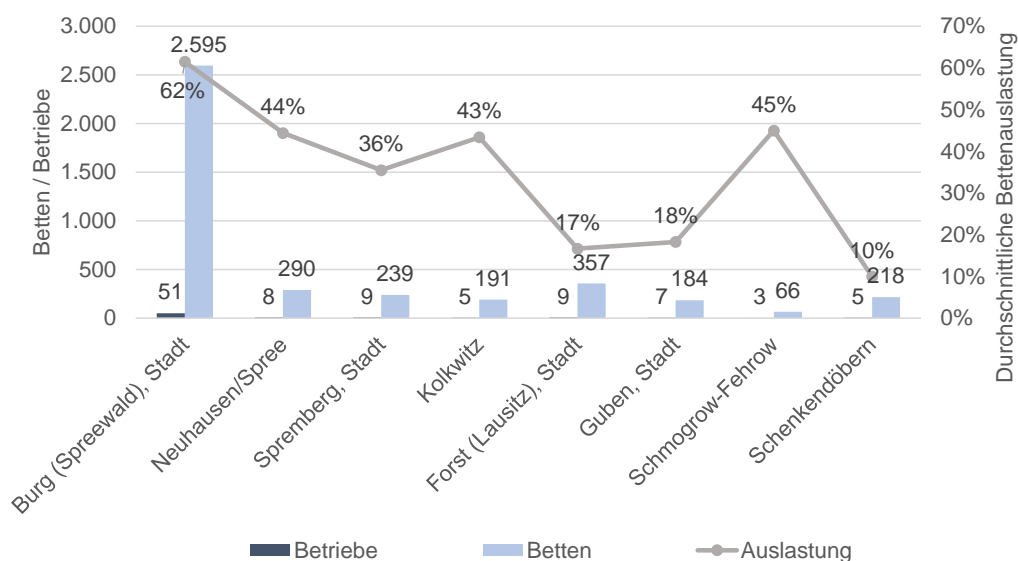
Wie die nachfolgende Grafik zeigt, sind die Orte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hinsichtlich ihrer Bettenangebote sehr unterschiedlich aufgestellt: In Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) gibt es 51 gewerbliche Betriebe mit rund 2.600 Betten, in Forst (Lausitz)/Baršć (Łužyca) neun Betriebe mit rund 360 Betten, in Kolkwitz/Gołkojce nur fünf Betriebe mit rund 190 Betten.

Das vergleichsweise sehr hohe Bettenangebot in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) zeigt schon hier den herausragenden Status als touristischer Schwerpunktort und Kurort (Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb) mitten im Spreewald. Die 2005 eröffnete Spreewald Therme hat die Attraktivität von Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) ganzjährig weiter erhöht. Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) ist

die TOP-Destination im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. Neben den Betten in touristischen Beherbergungsbetrieben gibt es hier eine nennenswerte Zahl von Klinikbetten (medizinisches Rehaklinikum Spreewald mit 271 Betten), die mit zur hohen Bettenauslastung beitragen.

Die durchschnittliche Bettenauslastung in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) liegt bei hohen 62 %, in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca), Guben, Forst (Lausitz) und Schenkendöbern dagegen bei unter 20 %, was darauf schließen lässt, dass die wirtschaftliche Lage der Betriebe dort problematisch ist (auch schon vor der Corona-Krise) bzw. Beherbergungsarten ohne Ganzjahresnachfrage dominieren (Camping).

Abbildung 8: Beherbergungsangebot Städte und Gemeinden 2019



Quelle Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020


Klassifizierung und Zertifizierung der Betriebe im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Heute orientieren sich Übernachtungsgäste vor allem auch über die Bewertungsportale und Buchungsplattformen mit Bewertungen der Betriebe. Trotzdem sind auch Klassifizierungen und Zertifizierungen immer noch ein wichtiges Orientierungsinstrument gerade für neue Gäste. Eine hohe Zahl ausgezeichneter Betriebe gilt als wichtiger Maßstab für die Qualität und Zielgruppenorientierung der Beherbergungsbetriebe bzw. auch deren Bekenntnis zur Servicequalität (Service Q).

In Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) gibt es aktuell die meisten DEHOGA-klassifizierten Betriebe (sechs Betriebe) sowie auf Radfahrer ausgerichtete Bett + Bike Betriebe (20). Die anderen Orte haben lediglich einen DEHOGA-klassifizierten Betrieb und maximal sieben Bett + Bike Betriebe. Insgesamt gibt es mit neun Betrieben im gesamten Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa aber nur wenige klassifizierte Hotelbetriebe. Dies gilt auch für das Segment der Gasthöfe und Pensionen: Nur drei Betriebe im gesamten Landkreis sind über die sogenannte G-Klassifizierung ausgezeichnet. Es gibt auch bisher keinen Betrieb „Wanderbares Deutschland“. Bei der (vor allem auch für die Betriebe selbst sehr bedeutenden) Qualitätsinitiative „ServiceQualität Deutschland“ ist Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) mit 11 Partnerbetrieben mit Abstand am besten aufgestellt. Gleichzeitig ist Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) Service Q-Stadt.

Tabelle 2: Übersicht der klassifizierten und zertifizierten Betriebe

Standort	DEHOGA Hotelsterne Deutsche Hotelklassifizierung 
Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) (6 Betriebe)	Hotel Bleske **S Hotel zum Leineweber ***S Bio-Hotel Kolonieschänke Burg (Spreewald) **** Kur- und Wellness Haus Spree Balance **** Landhotel Burg **** Spreewald Thermenhotel ****
Amt Peitz/Picnjo	Christinenhof & Spa, Sport- und Tagungshotel ****
Forst (Lausitz)/Barść (Łużyca)	Hotel Haufe ***
Schenkendöbern	Hotel Karpfenschänke ***
Kolkwitz/Gołkojce	Travdo Ferien Hotel Spreewald ***
Neuhausen/Spree	Waldhotel Roggosen ***S

Standort	Bett + Bike 
Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) (20 Betriebe)	Waldhotel Eiche, Gasthaus und Pension am Kurfürstendamm, Landgasthof zur Wildbahn, Seehotel Burg und Wellnessdorf "Arche Noah", Bismarckschänke, Ferienhof "Zum Spreewäldchen, Grüner Wald Spreewald Apartments, Komfortferienwohnungen Spreewälder Auszeit, Campingplatz "Zelten am Ostgraben", Bio-Hotel Kolonieschänke Burg (Spreewald), Kur- und Wellnesshaus Spree-Balance, Die Radler-Scheune, Hotel Bleske, Villa Rosamunde, Pension am Waldrand, Hotel "Zum Leineweber", Hotel zum Stern, Kneipp- und Erlebniscamping Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)
Amt Peitz/Picnjo	Hotel zum Goldenen Löwen, Ostsee-Radlerpension
Forst (Lausitz)/Barść (Łużyca) (7 Betriebe)	Gasthaus "Zur Oase", Gasthaus Sacro, Hotel Haufe, Pension "Am Kegeldamm", Pension "Am Waldgürtel", Pension Koinzer, Hotel Rosenstadt Forst (Lausitz)/Barść (Łużyca)
Schenkendöbern	Hotel und Restaurant Karpfenschänke, Ferienwohnungen Heiko Sittig, Campingplatz Deulowitzer See, Pension "Zum Dorfkrug"
Kolkwitz/Gołkojce	Haus Irmer
Drebkau/Drjowk	Auraser Hof
Guben (6 Betriebe)	Bergschänke und Berghotel, Landgasthof und Hotel "Waldow", Hotel Pension Klinger, Pension Biber&Bike, Hostel Guben, Hotel und Pension Zur Neiße

Standort	Service Q Deutschland
Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) (12 Betriebe, weitere Partner in Re-/Zertifizierung)	Bio-Hotel Kolonieschänke Burg (Spreewald), Ferienhof „Zum Spreewäldchen“, Ferienidylle Harmony, Grüner Wald Spreewald-Apartments, Hotel Bleske, Jugendherberge Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Landgasthof „Zur Wildbahn“, Pension Willischza, Restaurant & Hotel „Zum Leineweber“, Spreewald Lodge, Tourist-Information im Haus des Gastes Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Bootshaus Rehnus, Pension Zum Holzpantoffelmacher
Amt Peitz/Picnjo	Amt Peitz Kultur- und Tourismusamt, Ostsee-Radlerpension Peitz/Picnjo
Spremberg/Grodk	Spremberg/Grodk Spremberger Land GmbH
Forst (Lausitz)/Barśc (Łużyca)	Brandenburgisches Textilmuseum Forst (Lausitz)/Barśc (Łużyca)

Quelle: bettundbike.de, hotelstars.eu, q-deutschland.de

Qualitätssiegel „Brandenburger Gastlichkeit“:

- ▶ „Spreewälder Gastlichkeit“: 7 Betriebe (im Landkreis Spree-Neiße)

BIO-Hotel Kolonieschänke Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Gasthaus & Pension "Am Kurfürstendamm" Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Gaststätte und Pension Steffi's Hafenstübchen Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Pension Zum Schlangenkönig Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), SPREEWALD THERMENCOURT Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Gasthaus Schillebold Peitz/Picnjo, Waldhotel Roggosen Neuhausen (Spree)

- ▶ „Lausitzer Gastlichkeit“: 3 Betriebe (im Landkreis Spree-Neiße)

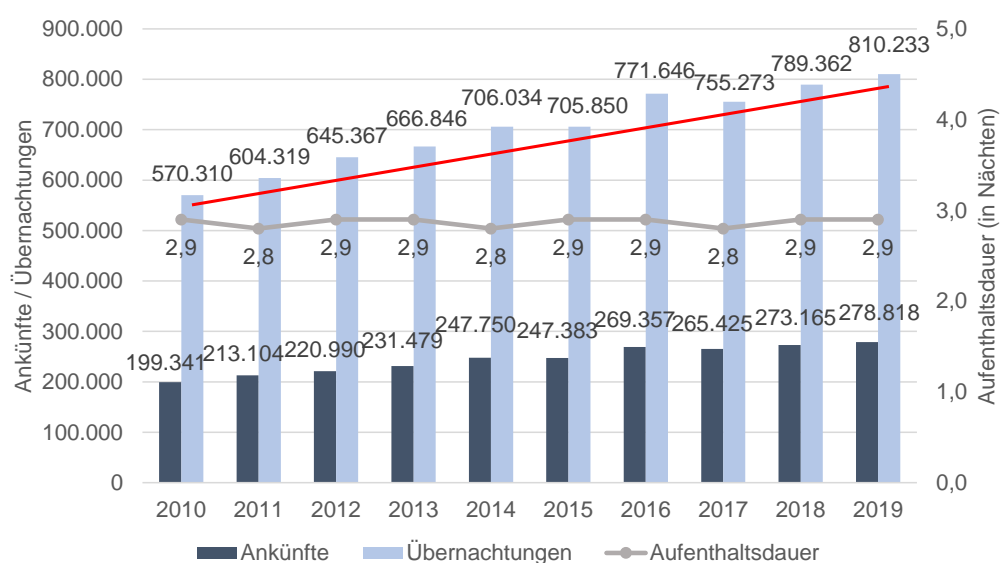
Restaurant „InselPerle“ Spremberg/Grodk, Restaurant Gut Neu Sacro Forst (Lausitz)/ Barśc (Łużyca), Gasthof in der Freizeit- und Saunawelt Forst „Am Waldgürtel“ Forst (Lausitz)/ Barśc (Łużyca)

2.5 Nachfrageentwicklung im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa, touristische Schwerpunktgebiete/-orte

Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen im Spree-Neiße-Kreis

In gewerblichen Betrieben im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gab es 2019 rund 810.000 Übernachtungen und 280.000 Ankünfte. Seit 2010 sind die Zahlen der Übernachtungen und Ankünfte um rund 40 % gestiegen (bei nur moderat gestiegenen Bettenzahlen). Die Aufenthaltsdauer liegt gleichbleibend bei durchschnittlich 2,9 Nächten und damit leicht über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (2,7 Nächte in 2019).

**Abbildung 9: Gewerbliche Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Spree-Neiße/
Wokrejs Sprjewja-Nysa 2010-2019**

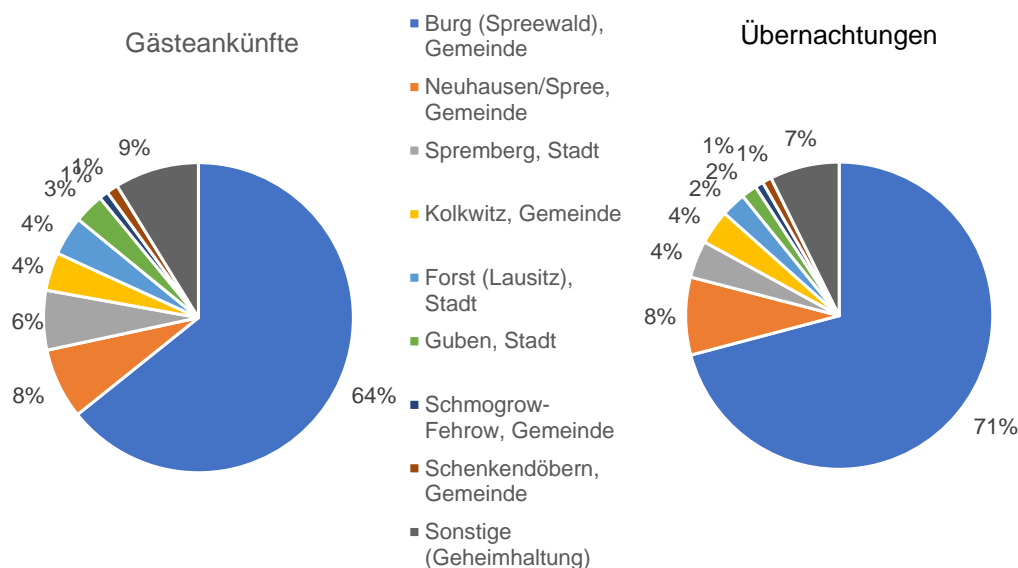


Quelle Daten: Statistisches Landesamt Brandenburg 2010-2019, gewerbliche Betriebe > 10 Betten mit Kurzzeit-camping

Ankünfte und Übernachtungen in gewerblichen Betrieben der einzelnen Städte und Gemeinden im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019

Die Gemeinde Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) hatte in 2019 rund 575.000 Übernachtungen und rund 180.000 Gästeankünfte in gewerblichen Betrieben. Damit entfallen 71 % der Übernachtungen und 64 % der Ankünfte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa auf den Spreewald-Kurort. Neuhausen/Spree liegt mit rund 66.000 Übernachtungen und 21.000 Ankünften mit weitem Abstand zu Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) auf dem zweiten Platz. Die im Vergleich zu den übrigen Orten im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa überdurchschnittlichen Übernachtungszahlen von Neuhauses/Spree lassen sich auf die touristische Attraktivität der Talsperre Spremberg/Grodtk und des Spreeradweges sowie auf die Campingplätze zurückführen. Die anderen Städte und Gemeinden des Landkreises Spree-Neiße haben zusammen einen Nachfrageanteil von 21 % bei den Übernachtungen und 28 % bei den Gästeankünften (Abb. 10).

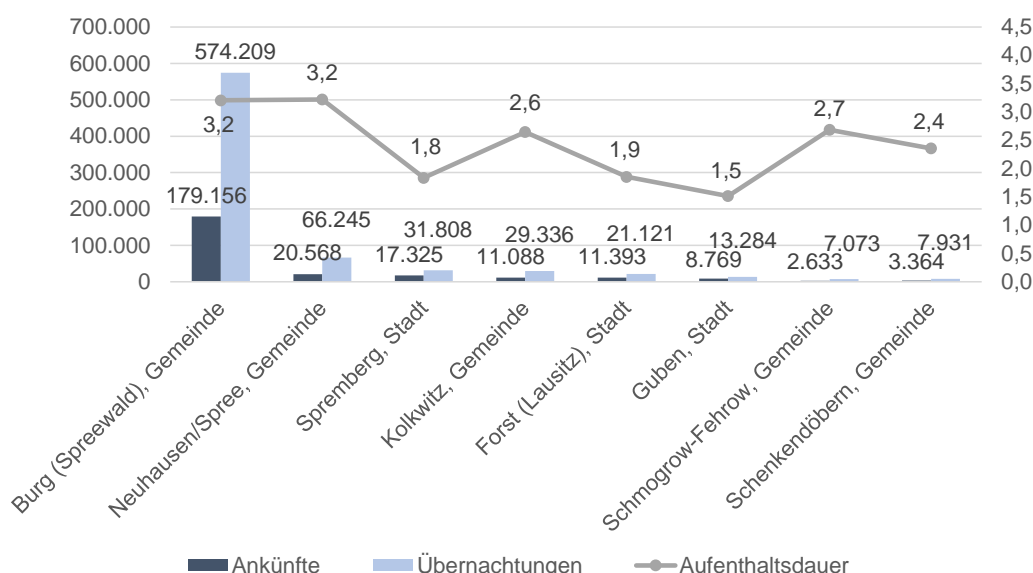
Abbildung 10: Verteilung Ankünfte und Übernachtungen auf Stadt-/Gemeindeebene 2019



Quelle Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020 (gewerbliche Betriebe > 10 Betten mit Kurzzeitcamping); für Amt Döbern-Land, Amt Peitz, Amt Burg (Spreewald) mit Ausnahme der Gemeinde Burg (Spreewald) sowie die Städte Drebkau/Drjowk und Welzow/Wjelcej liegen aus statistischen Geheimhaltungsgründen keine amtlichen Daten vor

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist in den beiden übernachtungsstärksten Orten Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) und Neuhausen/Spree mit je 3,2 Nächten am höchsten. Die weiteren Orte haben Aufenthaltsdauern zwischen 1,5 und 2,7 Nächten (u. a. wegen Geschäftsreisenden sowie Kurzreisenden z. B. in Spremberg/Grodk und Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca)).

Abbildung 11: Gewerbliche Ankünfte und Übernachtungen der Städte und Gemeinden 2019

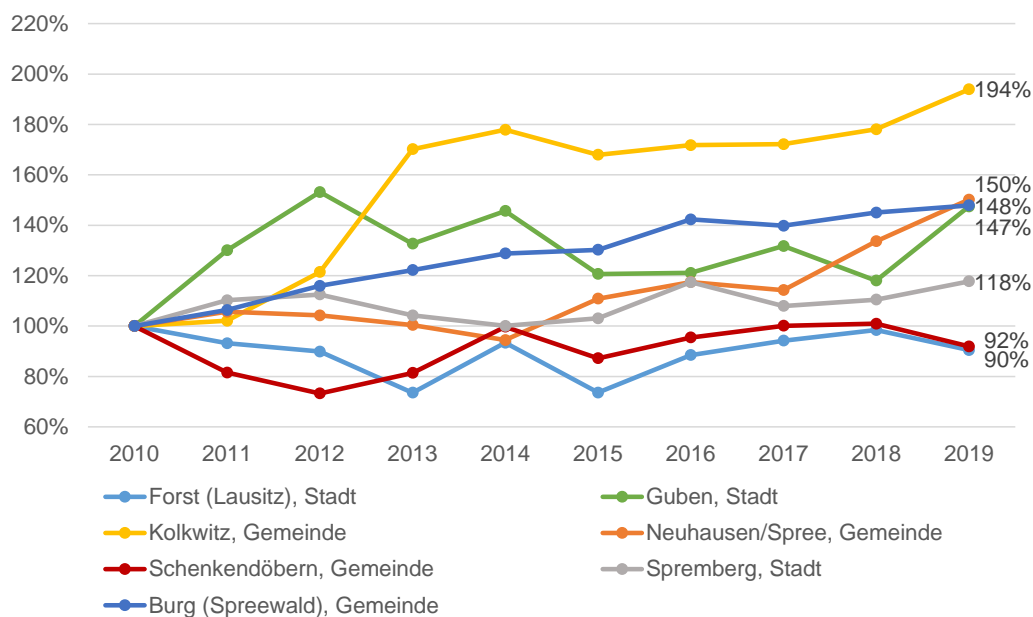


Quelle Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020 (gewerbliche Betriebe > 10 Betten mit Kurzzeitcamping); für Amt Döbern-Land, Amt Peitz, Amt Burg (Spreewald) mit Ausnahme der Gemeinde Burg (Spreewald) sowie die Städte Drebkau/Drjowk und Welzow/Wjelcej liegen aus statistischen Geheimhaltungsgründen keine amtlichen Daten vor

Indizierte Übernachtungsentwicklung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Die Übernachtungszahlen der Städte und Gemeinden im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa haben sich im Zeitraum 2010 bis 2019 insgesamt positiv bzw. sehr positiv entwickelt (z. B. Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) + 48 %, Gemeinde Neuhausen/Spree + 50 %). Ausnahmen sind Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca) und Schenkendöbern mit einem Rückgang bei den Übernachtungen auf 90 % bzw. 92 % des Niveaus von 2010.

Abbildung 12: Indizierte Entwicklung der Übernachtungen 2010 - 2019 (2010 = 100%)

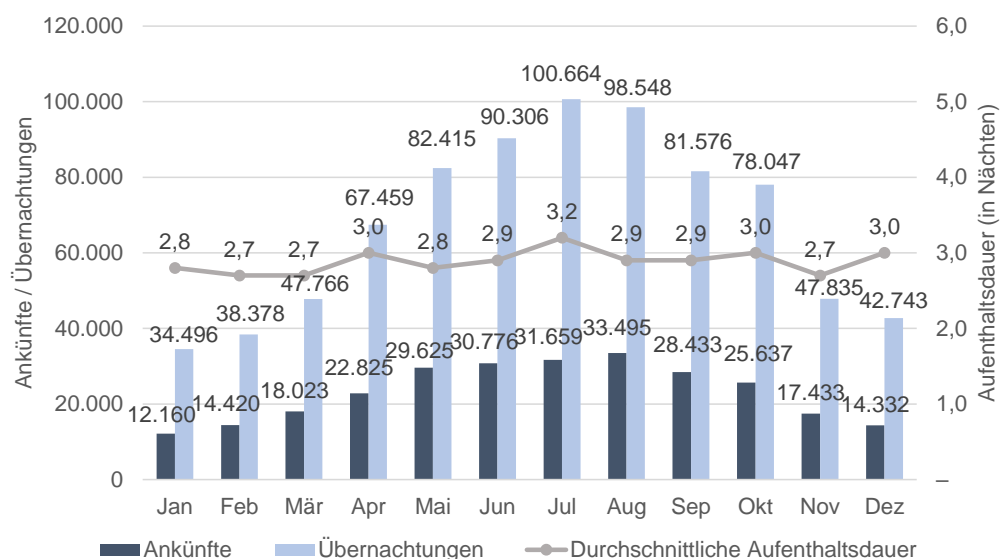


Quelle Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020 (gewerbliche Betriebe > 10 Betten mit Kurzzeitcamping); für Amt Döbern-Land, Amt Peitz, Amt Burg (Spreewald) mit Ausnahme der Gemeinde Burg (Spreewald) sowie die Städte Drebkau/Drjowk und Welzow/Wjelcej liegen aus statistischen Geheimhaltungsgründen keine amtlichen Daten vor

Touristische Nachfrage im Jahresverlauf

Die Monatswerte der Ankünfte und Übernachtungen im Spree-Neiße-Kreis zeigen eine ausgeprägte Saisonalität. Die meisten Übernachtungen in 2019 gab es im Juli (100.664 Übernachtungen), die schwächsten Monate waren Januar (34.496) und Februar (38.378). Über das ganze Jahr hinweg gibt es allerdings auch einen nennenswerten „Sockel“ bei Ankünften und Übernachtungen, was auf den hohen Anteil der Klinikaufenthalte (in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)), aber auch auf Geschäftsreisende, Tagungsgäste und (Winter-)Wellnessgäste zurückzuführen ist. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt auf das Jahr verteilt 2,9 Nächte.

Abbildung 13: Saisonale Verteilung Ankünfte, Übernachtungen Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019



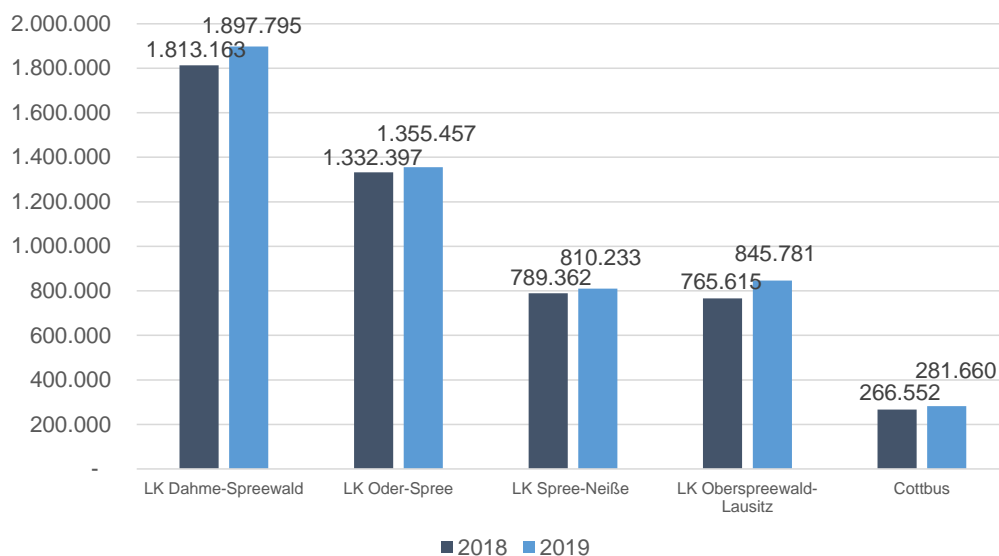
Quelle Daten: ift GmbH auf Basis Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020, gewerbliche Betriebe > 10 Betten mit Kurzzeitcamping

Die touristische Nachfrage in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) zeigt aufgrund des dominierenden Nachfrageanteils den gleichen Verlauf wie der gesamte Spree-Neiße-Kreis. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) liegt mit 3,2 Nächten über dem Durchschnitt des Spree-Neiße-Kreises.

2.6 Nachfrageentwicklung im Wettbewerbsvergleich

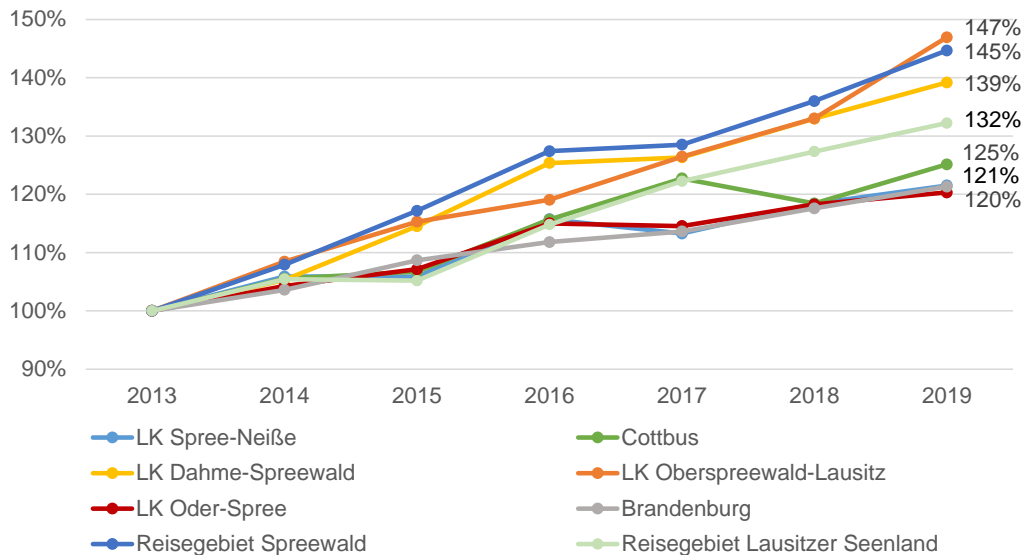
Im regionalen Vergleich hat der Landkreis Dahme-Spreewald mit rund 1,9 Millionen in 2019 die mit Abstand meisten Übernachtungen. Der Landkreis Oder-Spree liegt mit rund 1,3 Millionen Übernachtungen an zweiter Stelle. Beide Landkreise sind näher an Berlin und haben eine weniger periphere Lage im Vergleich zum Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. Sie gehören ebenfalls zu bekannten Reiseregionen wie Spreewald oder Seenland Oder-Spree und haben eine hohe touristische Attraktivität sowohl für Geschäftsreisende als auch für Leisure-Reisende. Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa liegt im Vergleich zu den Nachbarlandkreisen mit rund 810.000 Übernachtungen mittlerweile nur noch auf Platz 4.

Abbildung 14: Übernachtungen im regionalen Vergleich 2018/2019



Quelle Daten: ift GmbH auf Basis Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020

Abbildung 15: Indizierte Entwicklung der Übernachtungen der Nachbarlandkreise und Brandenburg 2013-2019



Quelle Daten: ift auf Basis Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2020; Abgrenzung Reisegebiet Lausitzer Seenland entspricht der aktuellen Reisegebietsabgrenzung von 2019, 2013-2018 ohne Angaben für die Gemeinde Lichterfeld-Schacksdorf (statistische Geheimhaltung)

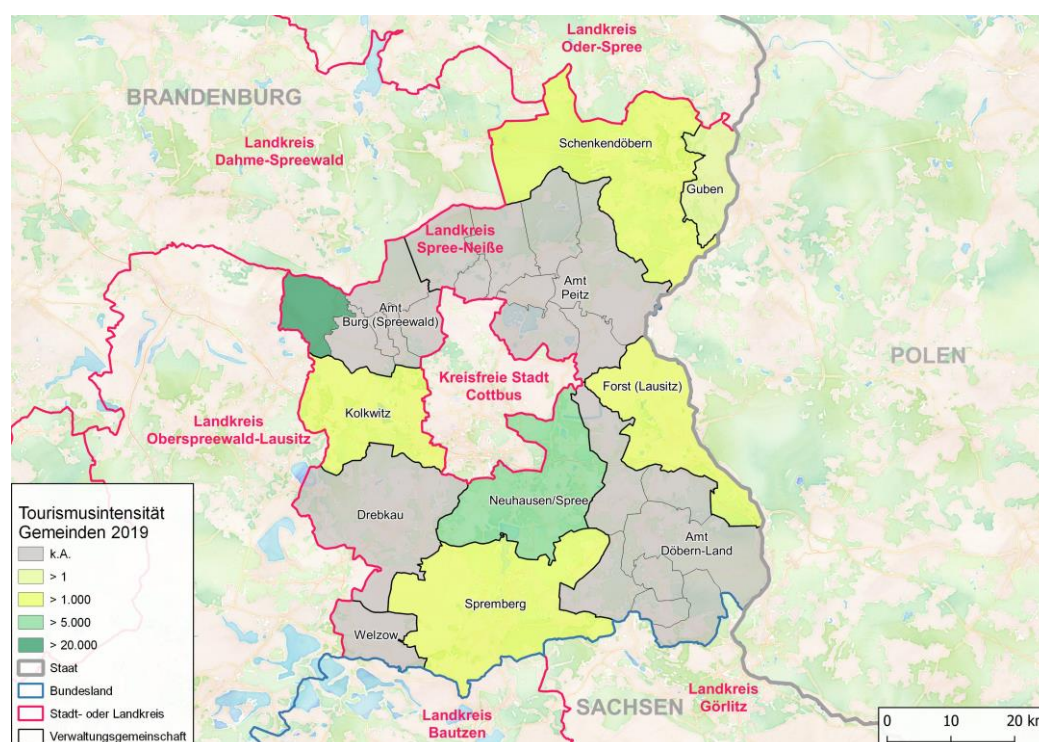
Die indizierte Entwicklung der Übernachtungen der Nachbarlandkreise 2019 zeigt den höchsten Anstieg im Landkreis Oberspreewald-Lausitz, auch dank Ausbau der Bettenkapazität.

2.7 Tourismusintensität Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Die Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) kann als Indikator für die relative Bedeutung des Tourismus in einer Region herangezogen werden.

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hat eine Tourismusintensität von 7.125. In Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) waren es 2019 rund 135.363 Übernachtungen je 1.000 Einwohner. Hier ist die relative Bedeutung des Tourismus am höchsten. Auch Neuhausen/Spree hat mit rund 13.400 Übernachtungen je Einwohner eine hohe Tourismusintensität. In den übrigen Städten und Gemeinden ist die relative Bedeutung des Tourismus gering.

Abbildung 16: Tourismusintensität Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa 2019



Quelle: ift auf Basis QGIS

Tabelle 3: Tourismusintensität 2019

Tourismusintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner)	
Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Gemeinde	135.363
Neuhausen/Spree, Gemeinde	13.407
Kolkwitz/Gołkojce, Gemeinde	3.182
Schenkendöbern, Gemeinde	2.220
Spremberg/Grodtk, Stadt	1.446
Forst (Lausitz)/Barść (Łużyca), Stadt	1.180
Guben, Stadt	792
Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	7.125

2.8 Kernerkenntnisse der Expertengespräche

Im Rahmen der Analysephase wurden in Abstimmung mit dem Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa leitfadengestützte Expertengespräche mit Vertretern aus Politik, Verwaltungen, Tourismuswirtschaft und mit den Tourismusorganisationen zur qualitativen Abrundung der Analysen durchgeführt. Im Folgenden sind ausgewählte „O-Töne“ aus den Gesprächen dargestellt. Themen dabei sind die bisherige Entwicklung, die aktuelle Situation, Perspektiven und Hinweise zu Entwicklungsaufgaben. Diese und weitere Anregungen aus den persönlichen Gesprächen sind in die weitere Bearbeitung eingeflossen.

Abbildung 17: Ausgewählte Aussagen aus den Expertengesprächen



Quelle: Expertengespräch zum Tourismuskonzept Spree-Neiße 2020

2.9 Ergebnisse der Online Befragung

Um wichtige Fragen bezüglich der touristischen Entwicklung des Spree-Neiße Landkreises zu klären und einem breiten Kreis die Mitwirkung am Tourismuskonzept zu ermöglichen, wurde von der ift GmbH im Rahmen des Tourismuskonzeptes weiterhin eine Online-Befragung durchgeführt, an der sich 117 Personen beteiligten. Sie repräsentieren Bürger, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, Handwerk, Besucherattraktionen/Freizeitanlagen, Museen, Politik und Verwaltung, Organisationen und Vereine sowie Gästeführer.

Auch die Erkenntnisse aus der Online-Befragung zur weiteren touristischen Entwicklung des Landkreises Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa wurden in den nachfolgenden Kapiteln mit Bezug zum jeweiligen Thema eingebunden (z. B. beim Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil oder

bei den Zielgruppen). An dieser Stelle sind auszugsweise die Hinweise der befragten Akteure zu künftigen Aufgabenfeldern zur Tourismusentwicklung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa dargestellt. Diese Erkenntnisse sind in die Ziele und Strategien eingeflossen (→ Kap. 3).

Bei der offenen Frage „Was müsste aus Ihrer Sicht getan werden, um den Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa weiter positiv zu entwickeln?“, wurden am häufigsten als Aufgaben genannt:

- ▶ **Ausbau ÖPNV** (31 Nennungen)
- ▶ **Bessere Vermarktung** (23 Nennungen)
- ▶ **Ausbau und Pflege des Radwegenetzes** (21 Nennungen)
- ▶ **Mehr Unterstützung der Betriebe** (16 Nennungen),
- ▶ **Mehr Angebote / Attraktionen schaffen** (14 Nennungen),
- ▶ **Bessere Zusammenarbeit** (10 Nennungen),
- ▶ **Ausbau und Pflege der Wanderwege** (8 Nennungen)

Auf die Frage „was müsste aus Ihrer Sicht getan werden, um den Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa weiter positiv zu entwickeln“, gab es folgende Antworten (je größer die Schrift, desto häufiger die Nennungen dazu) (siehe Abbildung unten):

Abbildung 18: Online-Befragung: Entwicklungsaufgaben im Tourismus im Landkreis Spree-Neiße



Quelle: Online-Befragung zum Tourismuskonzept Spree-Neiße ift GmbH 2020, Frage: Was müsste aus Ihrer Sicht getan werden, um den Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa weiter positiv zu entwickeln? n = 100, 251 Nennungen, geclustert, dargestellt ab mind. 3 Nennungen

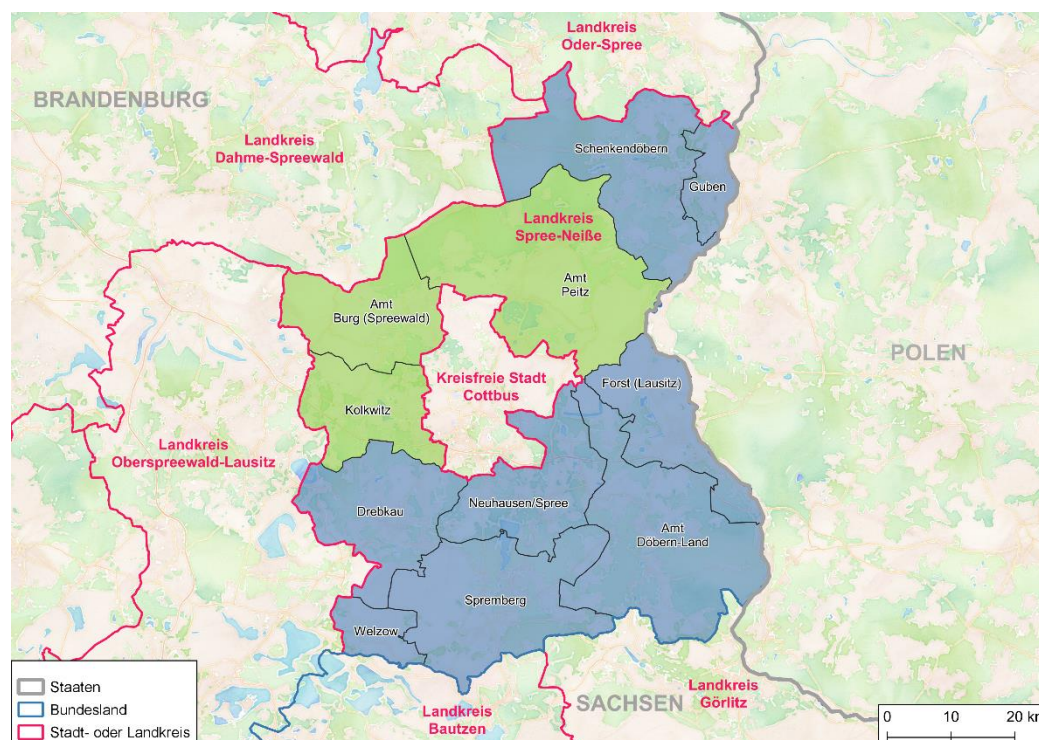
Die Teilnehmer der Online-Befragung sehen also als wichtigste Aufgaben zur positiven Entwicklung des Tourismus, den ÖPNV auszubauen, die Angebote besser zu vermarkten, Betriebe besser zu unterstützen und das Radwegenetz zu pflegen und auszubauen.

2.10 Aktuelle touristische Organisation und Vermarktung

Gebietskulisse, Zuständigkeiten Tourismus-Organisation

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hat Anteil an den Brandenburgischen Reisegebieten Spreewald und Lausitzer Seenland und ist Mitglied in beiden Tourismusverbänden.

Abbildung 19: Gebietskulisse, Zuständigkeiten Tourismus-Organisationen



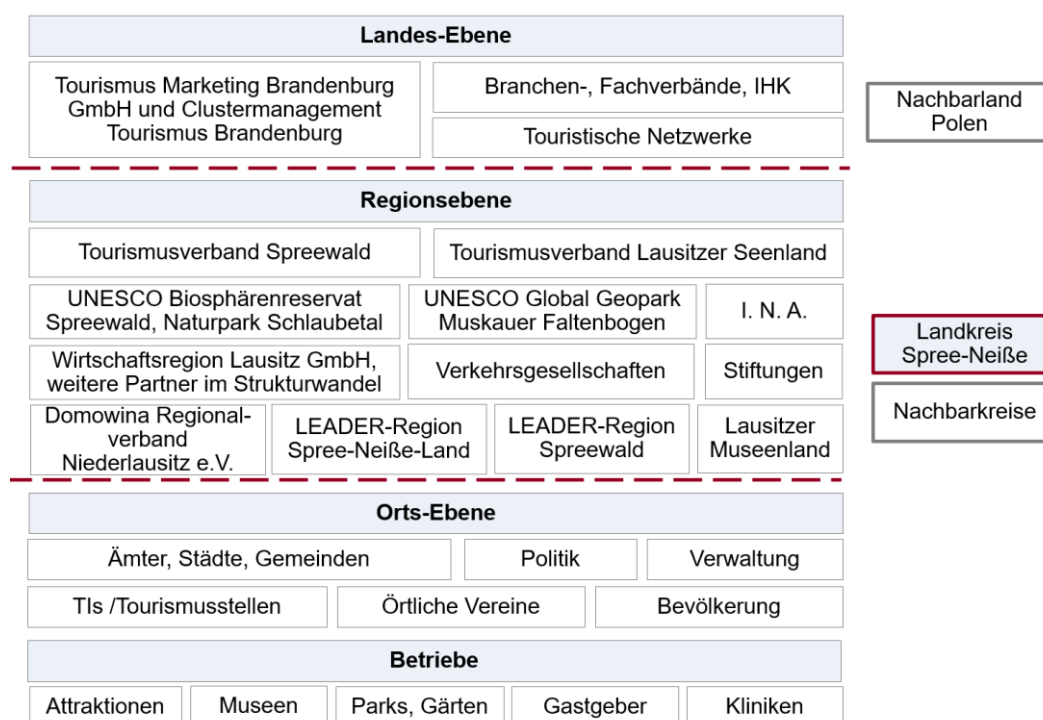
Quelle: *ift* auf Basis QGIS

Die Ämter Peitz/Picnjo und Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) sowie Kolkwitz/Gołkojce sind Mitglied im Tourismusverband Spreewald, die übrigen Kommunen sind Mitglied im Tourismusverband Lausitzer Seenland. Problematisch ist, dass Guben und Schenkendöbern räumlich nicht so recht an das Lausitzer Seenland angebunden sind und den Gästeeerwartungen hinsichtlich des Destinationsnamens („Seen“) auf andere Weise als im Süden entsprechen (hier kleine Waldseen, auch zum Baden, im Süden große, das Landschaftsbild viel stärker prägende Seen aus der Rekultivierung von Tagebauflächen). Vorteil ist, dass aber auch diese Kommunen so an einen leistungsfähigen regionalen Tourismusverband angeschlossen sind. Die Situation zuvor mit einem kleineren und schwächeren „Tourismusverband Niederlausitz“ war im Vergleich insgesamt schlechter und deshalb nicht ohne Grund eines der Hauptthemen der letzten Fortschreibung des Tourismuskonzeptes für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa im Jahr 2013.

Touristische Aufgabenverteilung

Die touristische Aufgabenverteilung folgt in Deutschland üblicherweise dem drei-Ebenen-Modell. Es ist im nachfolgenden Schaubild dargestellt.

**Abbildung 20: Drei-Ebenen-Modell für den Bereich Landkreis Spree-Neiße/
Wokrejs Sprjewja-Nysa**



Quelle: *ift*

Der **Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa** übt im Rahmen der Tourismusentwicklung vor allem die Rolle des Vernetzers, Förderers und Vermittlers aus. Er unterstützt die regionalen Tourismusakteure und entwickelt gemeinsam mit den Kommunen die öffentliche touristische Infrastruktur und die Ansiedlung neuer Attraktionen (und damit auch neuer Besuchsanlässe) mit regionaler und überregionaler Strahlkraft.

Ausdrücklich nicht Aufgabe des Landkreises ist das touristische Inlandsmarketing, denn dies obliegt den regionalen Tourismusorganisationen in enger Kooperation mit der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB) und weiteren Partnern. Der Landkreis arbeitet aktiv in den Marketingausschüssen der Tourismusverbände mit. Die TMB ist für das nationale Marketing zuständig – die **regionalen Tourismusorganisationen Spreewald und Lausitzer Seenland für das Inlandsmarketing im Nahbereich und die Produkt- und Angebotsentwicklung**². Das Auslandsmarketing wird über die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH bzw. die Deutsche Zentrale für Tou-

² Gemäß Landestourismuskonzeption Brandenburg 2016

rismus umgesetzt (und über deren Mitglieder und Partner finanziert). Wichtige Aufgabe der regionalen Tourismusverbände sind außerdem das Innenmarketing und Maßnahmen zur Qualitätssicherung.

Das Aufgabengebiet „Tourismus“ in der Kreisverwaltung umfasst folgende Aufgaben (Vgl. Aussagen in der Kreisentwicklungskonzeption 2030 (KEK 2030), Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, Februar 2020):

- ▶ Koordinierung des touristischen Marketings durch Wahrnehmung und aktive Steuerung der Mitgliedschaft in den beiden regionalen Tourismusorganisationen, strategische Mitarbeit in kreislichen und überregionalen Tourismusvereinen und -verbänden sowie Kooperations- und Arbeitsgemeinschaften
- ▶ Durchführung von Maßnahmen zur Verbesserung des Innenmarketings im Bereich Tourismus, Maßnahmen der touristischen Basisinformation für Gäste und Bevölkerung (u. a. Karte Radwegen und Sehenswürdigkeiten)
- ▶ Koordinierung eines zielgruppenorientierten Ausbaus der touristischen Infrastruktur
- ▶ Koordinierung und Vertiefung der deutsch-polnischen Tourismusentwicklung im Rahmen der Euroregion Spree-Neiße-Bober.

Dass der Landkreis Spree-Neiße die beiden regionalen Tourismusorganisationen Spreewald und Lausitzer Seenland mitträgt und finanziert, ist eine ebenso sinnvolle wie wirksame Maßnahme. Damit wird das Drei- bzw. Vier-Ebenen-Model perfekt, destinations- und damit auch kundenorientiert umgesetzt. Handlungsbedarf hinsichtlich dieser Strukturen besteht nicht.

Den Ämtern, Städten und Gemeinden obliegt der Ausbau und die Pflege der touristischen Infrastruktur vor Ort, die Ansiedlung neuer Attraktionen und Betriebe, der Gästeservice, die Gästeeinformation und -betreuung. Die touristisch relevanten Kommunen betreiben Tourist-Informationen und bieten auch eigene (städtische) Tourismus-Websites, Printmedien, Karten, die von sehr unterschiedlicher Attraktivität und Aktualität sind. Der Fokus der örtlichen Tourismusstellen liegt auf der Information der Gäste vor der Reise und vor Ort, teilweise auch im Marketing bzw. in der Werbung (insbesondere Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), dort auch umfassend Produktentwicklung, Online-Marketing, Social-Media-Marketing).

Organisationsstrukturen im Rahmen des Strukturwandels

Die Wirtschaftsregion Lausitz (WRL) GmbH wird zu einer Strukturentwicklungsgesellschaft weiterentwickelt, die die kommunalen und regionalen Maßnahmen künftig zentral koordiniert und begleitet. Insgesamt stellt der Bund rund 40 Milliarden Euro für den Strukturwandel in den drei Kohlerevieren zur Verfügung. Auf Brandenburg entfallen davon gut 10 Milliarden Euro.³

³ www.rbb24.de/politik/beitrag/2020/08/kommentar-strukturwandel-lausitz-kohleausstieg.html vom 26.8.2020

2.11 Trends, Marktpotenziale

Aus den aktuellen Trends und Marktentwicklungen lassen sich besondere Chancen und Handlungserfordernisse für die Tourismusentwicklung einer Destination ableiten. Nachfolgend ist eine Auswahl wichtiger Trends aufgeführt.

Trends generell

Aspekte für den Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa

<p>Klimawandel, Nachhaltigkeit: Immer breiteres Bewusstsein für Ressourcenschonung, aber auch soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Grüne, klimafreundliche Angebote: E-Mobilität, Green Hotels, „Zero Waste Restaurants“, Mehrweggeschirr, Green Meetings</p>	<p>→ E-Mobilität ausbauen u. Modellprojekte entwickeln (nicht nur e-Bikes, sondern auch e-Cars, e-Boote, e-Kleinbahn u. a.). Lokale Partnerschaften bzw. Regionalität leben, Anbieter sensibilisieren, bei Investition und im Betrieb auf Nachhaltigkeit zu achten.</p>
<p>Demografischer Wandel, Barrierefreiheit: Immer mehr Ältere, die lange fit bleiben, aber dann doch besonders umsorgt werden müssen. Wichtig: der barrierefreie Zugang zu Beherbergungs-, Freizeit-, Mobilitätsangeboten im Sinne eines „Tourismus für alle“.</p>	<p>→ Komfort, Service, Barrierefreiheit für Ältere und Menschen mit Handicap, aber auch für Familien mit Kindern im Gastgewerbe, bei Freizeitangeboten, öffentlichen Einrichtungen, im öffentlichen Raum.</p>
<p>Wertewandel: Dies sind Werte, die den Menschen wichtiger werden: Heimat, Regionalität, Authentizität, Natur, Gesundheit, Work-Life-Balance, Lebensfreude, Erlebnis, Genuss. Hinzu kommen wachsende Ansprüche an Qualität, Stil, Ästhetik, Auswahl.</p>	<p>→ Die besonders <u>authentischen</u> Merkmale der Region in Szene setzen und mit Qualitäts-Angeboten und Attraktionen erlebbar machen. Dazu gehören z. B. die besonderen Natur- und Wasserangebote, die Industriekultur, die sorbische/wendische Kultur, der Bergbau, aber auch das Thema Gesundheit insbes. in Burg (Spree-wald)/Bórkowy (Błota).</p>
<p>Digitalisierung: Die Information, Buchung und der Austausch über Internet und soziale Netzwerke haben schon vor der COVID-19 Krise enorm zugenommen – jetzt sind alle Altersgruppen, Working-Groups etc. digital unterwegs. Wichtige Basis: W-LAN überall und mobile Internet-Angebote.</p>	<p>→ Ausbau Mobilfunk, W-LAN überall, digitale, mobile, vernetzte Informationen (für die Vermarktungspartner), Augmented & Virtual Reality in der Stadt, in touristischen Einrichtungen. Dafür die Beteiligungsangebote des TMB Content-Netzwerkes nutzen. Neue Co-Working-Angebote, hybride u. virtuelle Tagungen.</p>
<p>Erlebnisorientierung: Gerade in den Städten sucht man heute vor allem nach Inspiration, besonderen Erlebnissen, Nervenkitzel, und dies an besonderen Orten. Gern stellen sich die Besucher dabei auch über die sozialen Medien dabei dar.</p>	<p>→ Angebote neu inszenieren, neue Erlebnisangebote und echte multifunktionale Besucherattraktionen, Edutainment-Angebote, Erlebnis-einkauf, „Eventisierung“ von Angeboten, neue Perspektiven auf die Landschaft, „Challenges“ im Aktiv-Bereich, erlebbare Geschichte, Bräuche. Dabei die optische Attraktivität beachten.</p>

Trends generell

Aspekte für den Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa

<p>Mobilität: Schnell hinkommen und dann komfortable Vernetzungen am Zielort und in der Region nutzen. Ebenfalls im Trend: Radtourismus, E-Mobilität, Nutzung Mietangebote.</p>	<p>→ Perfekte Verbindungen, Fahrtzeiten, Takte zu den Attraktionen in Stadt und Land bzw. zu den „Einstiegsorten“ in die Landschaften, Verknüpfung von Routen, Ausbau Leihangebote Räder, e-Bikes, e-Cars, Ladeinfrastruktur, Zukunfts-Mobilitätsangebote wie selbstfahrende e-Busse, e-Kleinbahnen an Attraktionen o.ä., Radmitnahme in Bus und Bahn, Abstellanlagen, ÖPNV-Gästecards.</p>
<p>Wandel im Reiseverhalten: Reisen werden tendenziell immer kürzer, die Nachfrage nach Kurz- u. Städtetrips sowie Ausflügen wächst. Auch das Informations- und Buchungsverhalten hat sich nachhaltig verändert: kurzfristig, online, ohne Bindung an Vertriebspartner. (→ <i>kurzfristige Auswirkungen der COVID-19 Krise auf das Reiseverhalten beachten</i>)</p>	<p>→ Online- u. Social Media-Kommunikation stärken, neue Angebote für Kurztrips entwickeln, Ideengeber dafür sein, saisonale u. thematische Kampagnen der Partner mit kreativen Angeboten unterstützen (Tourismusverbände, TMB). Erreichbarkeit und Mobilitätsangebote bestens kommunizieren.</p>
<p>Neue (Lebensgefühl-)Konzepte im Gastgewerbe: Design Hotels, Budget Design Hotels, Boutique Hotels, Livingroom-Konzepte, Serviced Apartments, Themenhotels, stylische Baumhäuser oder Tiny Houses, Glamping u.v.m. Chill-out/Lounge Konzepte, Indoor-Farming-Restaurants, vegan, vegetarisch, Hipsterfood, Streetfood. Minimalismus und Luxus u.v.m.</p>	<p>→ Neue Ideen unterstützen, Plattformen für neue Angebote und Austausch schaffen (z. B. im Rahmen von gemeinsamen Streetfood-Aktionen, Wettbewerben, bei denen Trends gesetzt oder umgesetzt werden. Im Rahmen Ansiedlung gezielt innovative Konzepte von Investoren und Betreibern einfordern. Auf innovative Beherbergungskonzepte setzen zur Abrundung der Kapazität und Diversifizierung von Angebot und Zielgruppen.</p>
<p>Größere, multifunktionale Einheiten mit umfassendem Angebotsspektrum, Angebotscluster: Trend zu größeren, multifunktionalen Einheiten mit umfassendem Angebotsspektrum und thematisch bzw. räumlich konzentrierten Angebotsclustern. Dadurch höhere Attraktivität und längere Aufenthaltszeit am Standort. Davon profitiert die gesamte Region.</p>	<p>→ Bestehende öffentliche Angebote abrunden über passende öffentliche und vor allem aber ergänzende gewerbliche Angebote schaffen, z. B. in den Themenbereichen Natur/Wasser, Textilindustrie, sorbische/wendische Kultur, Bergbau (Themenhotels, Themengastronomie, Einkaufen).</p>

Besondere Herausforderungen für die Branche sind außerdem grundsätzlich der Fachkräftemangel, Nachfolgelösungen für bestehende Betriebe, der weiterwachsende Rationalisierungsdruck bei steigenden Anforderungen für Investitionen und Marketing.








Der Tourismus ist für Kommunen nach wie vor eine „freiwillige Aufgabe“, was die Refinanzierung erschwert und die adäquate Mittelausstattung, wenn in öffentlichen Haushalten gespart werden muss. Das ist umso bedauerlicher, als Tourismus große und vielseitige positive Effekte als Image- und Wirtschaftsfaktor hat, die Lebensqualität für Bürger und Fachkräfte verbessert und die Standortqualitäten auch für Unternehmen aufwertet.

Kurz- und mittelfristig bleibt abzuwarten, welche Auswirkungen die COVID-19-Krise auf die öffentlichen Haushalte hat, aber auch auf die wirtschaftliche Stärke (und Überlebenschancen) der Betriebe und Einrichtungen, nicht nur im Tourismus. Die langfristigen Folgen sind noch nicht absehbar und müssen im Rahmen der Umsetzung des Konzeptes geprüft werden.

Auf der Folgeseite werden die Potenziale in einzelnen Marktsegmenten dargestellt und die Chancen des Landkreises Spree-Neiße in Bezug darauf bewertet.

In dieser Tabelle sind die Potenziale für relevante Marktsegmente für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa dargestellt:

Tabelle 4: Potenziale der Marktsegmente

Marktsegment	Radreisen (und E-Bike)	Natur	Wassertourismus	Wandern	Gesundheit, Wellness	Geschäftsreisende, MICE	Kultur, Industriekultur, Geschichte
Marktvolumen	<ul style="list-style-type: none"> - 34,3 Mio. Radausflügler - 5,4 Mio. Radreisende - 63 Mio. Radausflüge im Urlaub 	<ul style="list-style-type: none"> - 56% Aufenthalt in der Natur bei Urlaub im Inland - 65 Mio. Besucher in deutschen Biosphärenreservaten - in der deutschen Bevölkerung haben über 40 Mio. Personen ein „großes“ oder „sehr großes“ Interesse, sich im Urlaub „in der Natur aufzuhalten“ 	<ul style="list-style-type: none"> - 20 Mio. Menschen verbringen ihren Urlaub oder ihre Freizeit an und auf dem Wasser - 1,4 Mio. Kanuten in Deutschland - 10,4 Mio. Angler 	<ul style="list-style-type: none"> - 370 Mio. Tagesausflüge - 8,7 Mio. Wanderurlaube 	<ul style="list-style-type: none"> - 29 Mio. Ankünfte, 133 Mio. Übernachtungen in deutschen Kurorten und Heilbädern 2019, steigend - 14,7 Mio. Wellnessreisen - 1,2 Mrd. Umsatz durch Wellnessreisen 	<ul style="list-style-type: none"> - 10,3 Mio. Übernachtungsgeschäftsreisende - 83% der Übernachtungsgeschäftsreisen in Städten über 100.000 Einwohner - bevorzugte Unterkunft 3-/4*-Hotels (70%) - 412 Mio. Teilnehmer bei Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> - 8% „reine“ Kulturtouristen - 58% Besuch kultureller, historischer Sehenswürdigkeiten bei Urlaub im Inland
Nachfrageentwicklung (bisher, künftig)	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
Bewertung Infrastruktur, Angebote Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa							
Schwerpunkte	Gesamter Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	UNESCO Biosphärenreservat Spreewald, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, weitere	Lausitzer Seeland, Spreewald, Spree und Neiße, Spremberger Stausee, künftig: Cottbuser Ostsee	Spreewald, Global-Geopark Muskauer Faltenbogen	Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)	Einzelne Häuser, wegen der Kapazität am ehesten noch in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), ansonsten in Cottbus/Chóśebuz	Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca), Guben, Welzow/Wjelcej, Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, Peitz/Picnjo, Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen (Alte Ziegelei Klein Köllzig)

Marktsegment	Radreisen (und E-Bike)	Natur	Wassertourismus	Wandern	Gesundheit, Wellness	Geschäftsreisende, MICE	Kultur, Industriekultur, Geschichte
Trends	<ul style="list-style-type: none"> - Wachsender Ausflugsradius (55 % fahren > 60 km zum Startpunkt) - 64 % nutzen Webseiten der Tourismusorganisationen - Information: Wachsende Bedeutung Tourenportale 57 % (2018 49 %) - Über 1 Mio. verkaufte E-MTB pro Jahr - 30 % der Ausflügler nutzen Elektroräder (23% in 2018, 18% in 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> - 71 % der deutschsprachigen Bevölkerung interessieren sich für „in der Natur aufhalten“ - Aktivitäten im Naturtourismus: Wandern, Tierbeobachtungen, Naturexkursionen, Winterwandern, Radfahren, Reiten - Anhaltender Megatrend „Neo-Ökologie“ (Sehnsucht nach Natur) 	<ul style="list-style-type: none"> - Durch Klimawandel im Sommer immer stärkere Nachfrage nach Aufhalten am Wasser 	<ul style="list-style-type: none"> - Information vorab: Online, persönliche Empfehlungen, Printmedien - vor Ort: Karten, Wegweiser, digitale Angebote (Apps, Karten, Touchpoints) - Angebotsfaktoren: Wegequalität, Landschaft, Beschilderung, spezialisierte Gastgewerbebetriebe - Motive: aktives Naturerlebnis, Förderung von Bewegung und Regeneration, frische Luft und Ruhe, Ich-Zeit, Neues entdecken, soziale Kontakte 	<ul style="list-style-type: none"> - Wertewandel, steigendes Gesundheitsbewusstsein, Selbstverantwortung - weg von „Reparatur“ hin zu „Lebensqualität“ bzw. Retreat - E-Health (Fitness-Apps, Fitnesstracker, Wearables, Telemedizin) - Entspannung, Achtsamkeit, Digital Detox, Entspannen in der Natur 	<ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeit und Digitalisierung - Wachstum bei hybriden und virtuellen Veranstaltungen und Nutzung mobile Anwendungen, Live-Streams, Video-Konferenzen (auch durch Corona) 	<ul style="list-style-type: none"> - Steigendes Bewusstsein für solche Angebote - mehr Erlebnisinszenierung dabei
Künftiges Potenzial Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa	+++	++	++	++	+	+	++

Quelle: Zusammenfassung von ift auf Basis ADFC Radreiseanalyse 2020, fitreisen.de, Reise Analyse Business 2019, Meeting- & Eventbarometer 2018/2019, Statista 2019 GfK Destination Monitor Deutschland 2019, Wandermonitor 2018/2019, Deutscher Wanderverband 2019, Wandertourismus Deutschland BTE 2018, BTE Wandertourismus in Deutschland 2018, BTE Naturtourismus Deutschland 2016, Die wirtschaftlichen Potentiale des Wassertourismus in Deutschland 2016

;

Fazit Potenziale

Der Landkreis hat seine besonderen Angebotsstärken in den Potenzialthemen Radreisen, Natur sowie Wasser. In weiteren Themen wie Wandern, Gesundheit/Wellness, Kultur/Industriekultur und Geschäftsreisen/MICE ist der Landkreis mit seinen aktuellen Angeboten insgesamt eher durchschnittlich aufgestellt.

Unter Berücksichtigung der quantitativen und qualitativen Nachfragetrends sollten im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa in Zukunft weiterhin im **Mittelpunkt** stehen:

► Radreisen

ergänzt um

- **Naturtourismus** (UNESCO Biosphärenreservat Spreewald, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, perspektivisch Lieberoser Heide)
- **Wassertourismus** (vor allem Aufenthalte am Wasser im Bereich Lausitzer Seen, Spreewald, Spremberger Stausee, künftig auch Cottbuser Ostsee, Spree und Neiße)
- **Wandern** (insbesondere UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, perspektivisch Lieberoser Heide)
- **Kultur, Industriekultur, Geschichte** (insbesondere Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca), Guben, Welzow/Wjelcej, Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, Peitz/Picnjo, Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota))

Potenzial in den Segmenten

- Gesundheit/Wellness (Schwerpunktstandort Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), niedrigschwellige Angebote im gesamten Landkreis)
- Geschäftsreisen/ MICE

ist vorhanden, aber nicht so ausgeprägt wie in den vorgenannten Segmenten.

2.12 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil (SWOT)

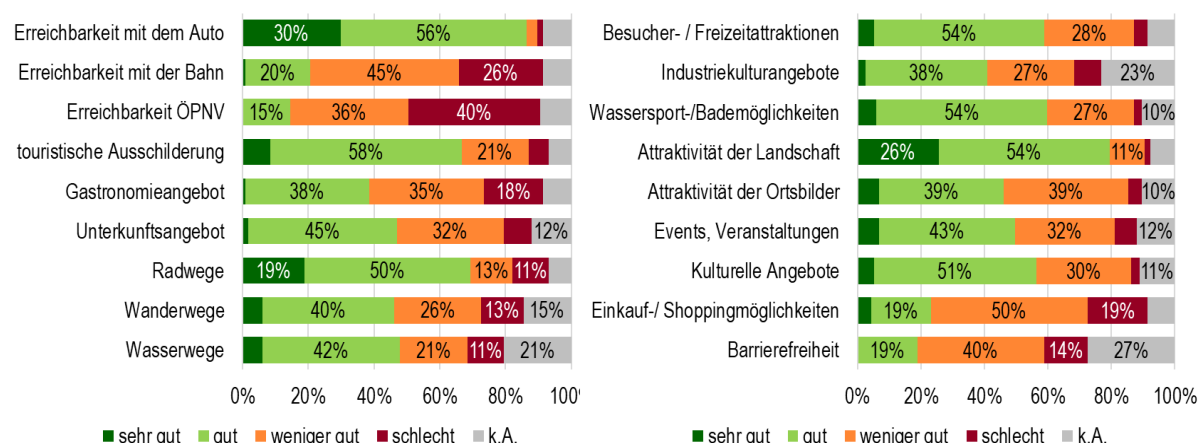
In der Online-Befragung zum Tourismuskonzept des Landkreises Spree-Neiße wurden diese Stärken und Schwächen genannt bzw. diese Bewertungen einzelner Angebotsfaktoren vorgenommen:

Abbildung 21: Online-Befragung: Stärken und Schwächen des Landkreises Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: Online-Befragung zum Tourismuskonzept Spree-Neiße ift GmbH 2020, Fragen: Nennen Sie bitte maximal drei Stärken bzw. drei Schwächen des Landkreises Spree-Neiße im Bereich Tourismus (Angebot, Infrastruktur). Quelle: ift GmbH; Fragen Stärken: n = 104, 264 Nennungen, Frage Schwächen: n = 106, 246 Nennungen, jeweils geclustert, dargestellt ab mind. 3 Nennungen

Abbildung 22: Online-Befragung: Bewertung Angebotsfaktoren im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: Online-Befragung zum Tourismuskonzept Spree-Neiße ift GmbH 2020, Frage: Wie bewerten Sie folgende Faktoren in Bezug auf den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa? n = 117

Deutlich ist der wahrgenommene besondere Handlungsbedarf in den Bereichen der Bahn- und ÖPNV-Anbindung, bei den Einkaufsmöglichkeiten und beim Gastronomieangebot. Defizite werden aber auch bei den Rad-, Wander- und Wasserwegen gesehen und beim Thema Barrierefreiheit.

Besonders positiv werden die Landschaftsräume (Spreewald!) und die touristische Beschilderung bewertet sowie die Erreichbarkeit mit dem PKW und das Radwegeangebot.

Aus den vorstehenden Erkenntnissen und aus den Ergebnissen der durchgeführten Analysen und Vor-Ort-Besuche, der Expertengespräche, der Online-Befragung der Workshops sowie der gutachterlichen Einschätzung ergibt sich damit dieses SWOT-Profil:

Tabelle 5: SWOT Profil

Stärken	Schwächen
Lage, Erreichbarkeit <ul style="list-style-type: none"> + Lage an Spreewald und Lausitzer Seenland als touristischen Destinationen + Gute Pkw-Anbindung (Autobahnen) + Mobilität vor Ort: Spree-Neiße-Bus + ÖPNV (z. B. Guben) 	Lage, Erreichbarkeit <ul style="list-style-type: none"> - Grenzraum zu Polen, von dort bisher wenig Nachfrage (dünn besiedelt) - Grenzraum zu Sachsen (länderübergreifende Zusammenarbeit nicht immer ausgeprägt) - ÖPNV (in der Fläche) - Geringe Bevölkerungsdichte
Naturräume, Landschaft, Wege <ul style="list-style-type: none"> + Hoch attraktive Landschaftsräume + Flusslandschaften Spree und Neiße + UNESCO Biosphärenreservat Spreewald + UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen / Łuk Mużakowa + Lausitzer Seenland + Spreeauenrenaturierung + Weitere Großgewässer entstehen (Cottbuser Ostsee etc.) + Natur- und Artenvielfalt (Teichgebiet Peitz/Picnjo, Naturpark Schlaubetal) + Wölfe für Naturbeobachtungen, -bildung, geführte Wanderungen + Mehr als 1.100 km Radwegenetz, 8 bedeutende Radfernwege (500 km) + Neue Knotenpunktwegweisung, nicht nur im SPN, sondern in Kürze auch in den Landkreisen Oberspreewald-Lausitz und Dahme-Spreewald + Regionales, überregionales Wanderwegenetz Spreewald, Europäischer Fernwanderweg E10 	Naturräume, Landschaft, Wege <ul style="list-style-type: none"> - Heterogene Region (Spreewald, Lausitzer Seenland, Schlaubetal u. a.), dadurch nach außen eher diffus, nicht klar abgrenzbar für den Gast (deshalb Konzentration in der Vermarktung auf die Reiseregionen Spreewald und Lausitzer Seenland, dabei gehen andere Angebote allerdings unter) - Radwege (Kernangebot): punktuell Pflegezustand - Fehlende Wanderwege (teilräumlich) - fehlende Ausflugsgastronomie an Rad-, Wanderwegen (bzw. nicht zuverlässig geöffnet) - teilweise wenig attraktive Landschaft (flach, wenig abwechslungsreich)
Ortsbilder, Stadtbilder, Infrastruktur <ul style="list-style-type: none"> + teilweise attraktive, gepflegte Ortskerne mit hoher Aufenthaltsqualität und erkennbaren besonderen Profilen + Lebendiger touristischer Hotspot Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) + Besonderes Siedlungsbild im Spreewald + Historische Innenstädte und Ortszentren wie in Peitz/Picnjo, Spremberg/Grodok + Einzelne aufgewertete städtische Bereiche in Guben, Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) 	Ortsbilder, Stadtbilder, Infrastruktur <ul style="list-style-type: none"> - Noch nicht durchgängig attraktive, stimmige Ortskerne, in einigen Orten zu wenig „Leben“ (Leerstand, wenige gewerbliche Angebote, teilweise noch zu geringe Aufenthaltsqualität an zentralen Plätzen) - Baulücken in Guben, Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) - Einzelhandel selten touristisch attraktiv, wenige „Bummel-/Shopping“-Orte, Zukunft des Einzelhandels in den Städten ungewiss

Stärken	Schwächen
	<ul style="list-style-type: none"> - Eingeschränkte Internetabdeckung, Mobilnetz - Keine größeren Tagungs- bzw. Veranstaltungsstätten, keine größeren (besonderen) Tagungshotels
Freizeitangebot <ul style="list-style-type: none"> + Vielfältiges Kulturangebot (besondere Museen, geschichtsträchtige Orte) + (neu entstehende) Wassersportangebote (Kanufahrten, Surfen, Segeln), neue Angebote an den Gewässerrändern, in den Häfen + Verschiedene Angebote im Bereich Industriekultur, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen als Rohstoff- und Industrieregion + Bergbautourismus in Welzow/Wjelcej (aktiver Bergbau, der seltener wird), Lausitzer Seenland als Ergebnis + Sorbische/wendische Kultur als identitätsstiftendes und für Gäste interessantes Thema (muss aber erlebbar sein; z. B. in Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, in Peitz/Picnjo, bei Veranstaltungen in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)) + Ostdeutscher Rosengarten Forst (Lausitz)/ Baršč (Lużyca) + Funktionierendes Museumsnetzwerk + Ausflüge von / nach Polen 	Freizeitangebot <ul style="list-style-type: none"> - Wenig Freizeitangebot für Familien mit Kindern und für Jüngere - Zu wenig Indoor- bzw. Schlechtwetterangebote und Outdoor-Attraktionen für längere Aufenthalte - Museen: Investitionsstau, konventionelle Gestaltung
Beherbergung, Gastronomie <ul style="list-style-type: none"> + Große Auswahl an verschiedenen Beherbergungsangeboten + Etablierte Beherbergungsbetriebe mit Zusatzangeboten, z. B. Wellness, Anwendungen (vor allem in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)) + Dominierende individuelle Privathotellerie + Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) mit zahlreichen zertifizierten Betrieben + Besondere regionale Produkte, Produzenten + Gastronomie: einzelne gute, auch regionale Angebote (vor allem in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), dort auch große Auswahl + Z. T. günstige Preise + Attraktive Einzelinrichtungen wie die Gastronomie in der Schokoladenmanufaktur Felicitas in Hornow 	Beherbergung, Gastronomie <ul style="list-style-type: none"> - Wenig Angebotsentwicklung in den vergangenen zehn Jahren im Bereich Beherbergung, wenig neue Betten, nur wenige Projekte in Planung - niedriges Preisniveau - Qualität der Betriebe zum Teil ausbaufähig - Schwache Nebensaison - Meist keine besonderen Gastronomie- und Beherbergungsangebote - kaum wirklich innovative Konzepte - in der Breite zu wenig gesunde und ausgeprägt regionale Küche - Versorgungslücken an Radfernwegen und Themenrouten
Profilierung, Positionierung, Marketing <ul style="list-style-type: none"> + Steigende Übernachtungszahlen 	Profilierung, Positionierung, Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Image einiger Orte; überregionale Bekanntheit zum Teil sehr gering

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Überregionale Bekanntheit Spreewald, zunehmende Bekanntheit Lausitzer Seenland + Neue Profilierungspotenziale durch die neuen Seen + Attraktives Marketing der Tourismusverbände + starke, engagierte Partner 	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelne Kommunen nur „Durchfahrtsland“ für Radfahrer, die nicht verweilen - Rund 75 % aller Landkreis-Übernachtungen in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) – dort erste Überlastungserscheinungen - Zu wenig Berichterstattung zu Tourismus in der Region (kaum Medienkooperationen) - Social Media Marketing, Kampagnen nach innen und außen ausbaufähig (Ressourcen)

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Wachsender Deutschlandtourismus + Auswirkungen Strukturwandel (neue Perspektiven für die Lausitz) + Weiter im Trend: Rad-/ e-Bike-Tourismus + Reisetrend Natur-, Aktivtourismus, Sehnsüchte der Städte nach Heimat, Ruhe, Authentizität, Sinnhaftigkeit + Nachhaltigeres Reisen bekommt (auch schon vor Corona) immer mehr Priorität: weniger Flugreisen, mehr Rad- und Wanderreisen + Zunehmende Ansprüche und Erwartungen der Gäste hinsichtlich Qualität, Style, Design + Digitalisierungsschub durch Corona, Bewusstsein für digitale Lösungen nimmt zu + Noch stärker mit den Nachbarn kooperieren (Parks, Neiße, Ausland etc.) + Ausbau Verkehrsinfrastruktur mit Strukturwandel-Hilfen des Bundes für die Lausitz + Neue Finanzierungsmöglichkeiten: Änderungen KAG (auch im Land Brandenburg ist jetzt in Tourismusorten die Einführung von Gästebeiträgen möglich) 	<ul style="list-style-type: none"> - Langfristige Auswirkungen Corona-Krise (nur die touristischen Hotspots im Deutschlandtourismus profitieren, Betriebsschließungen, Preiswettbewerb, Investitionsfähigkeit) - Auswirkungen Strukturwandel (Arbeitslosigkeit, Kaufkraft) - Refinanzierung Tourismusaufgaben - Refinanzierbarkeit Kosten für die Pflege des umfangreichen Radwegenetzes - Erstarkende Wettbewerber in Ostdeutschland, Polen, Tschechien - Fachkräftemangel (wobei durch Corona auch Fachkräfte freigesetzt werden) - Geändertes Reise- und Freizeitverhalten aufgrund von Klimawandel - Neue Anforderungen an den Vertrieb touristischer Leistungen und die Aufbereitung von Informationen durch die Digitalisierung

Im Überblick (siehe Abbildung) und bezogen auf die touristischen Angebotsfaktoren ergeben sich Stärken in den Bereichen

- ▶ Natur
- ▶ Rad
- ▶ Kultur (sorbische/wendische Kultur, Industriekultur)

und teils Stärken, teils Schwächen und damit insgesamt eher Handlungsbedarfe in den Bereichen

- ▶ Mobilität (ÖPNV vor Ort)
- ▶ Freizeitangebote
- ▶ Orte, Kultur, Museen
- ▶ Beherbergung, Gastronomie.



Quelle: ift GmbH

3. Künftige Strategische Ausrichtung

3.1 Ausgewählte Grundlagen und vorhandene konzeptionelle Vorgaben

Bei der Entwicklung des Tourismuskonzeptes wurden vor allem diese Konzepte berücksichtigt:

Kreisentwicklungskonzeption 2030 (KEK 2030), Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, Februar 2020 – Schwerpunkte, Ziele:

- ▶ Der **Kurort Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)** bleibt **Tourismuszentrum** des Landkreises. Angebote im Gesundheits- und Aktivtourismus sind hier weiter auszubauen.
- ▶ Der Landkreis wird auch zukünftig die Einführung der Gästecard im Wirtschaftsraum Spreewald/Qualitätsregion unterstützen.
- ▶ **Radtourismus:** Qualitätssicherung der Infrastruktur, insbesondere der acht den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa tangierenden Radfernwege, Erhaltung des Regionalnetzes zur Erhöhung der Verweildauer der Gäste durch derzeitige Radwegemodernisierung und dem Aufbau der Einführung der Knotenpunktwegweisung.
- ▶ **Wassertourismus:** Investitionen in die Infrastruktur sollten entsprechend der „Machbarkeitsstudie für die wassertouristische Erschließung der Brandenburgischen Lausitzer Neiße“, des „Masterplans naturverträglicher Wassertourismus Spree/Spreewald“ bzw. der „Studie zur integrierten touristischen Entwicklung des Lausitzer Seenlandes“ erfolgen.
- ▶ **Bergbaufolgelandschaften:** abgestimmte Entwicklungskonzepte für die einzelnen Seen, welche die Besonderheiten in der Beschaffenheit und Attraktivität für die verschiedenen Zielgruppen hervorheben (z. B. Masterplan Cottbuser Ostsee), Förderung des Tourismus Insbesondere durch die Entwicklung des Hafens Neuendorf.
- ▶ **Touristische Potenziale** durch die andauernde Tagebauentwicklung im Welzower Revier.
- ▶ **Industriekultur:** Herausstellen und Stärken der Bereiche Energie, Glas- und Textil- sowie metallurgische Industrie.
- ▶ **Sorbische/wendische Kultur:** Integration des Alleinstellungsmerkmals in die touristischen Angebote der Region.
- ▶ **Tourismusorganisationen:** themenbezogene Zusammenarbeit der brandenburgischen und sächsischen Lausitz insbesondere auf folgenden Gebieten:
 - **Radtourismus** (Oder-Neiße-Radweg, Spreeradweg, Fürst-Pückler-Weg, Niederlausitzer Bergbautour)
 - **Wassertourismus** (Spree, Neiße, Lausitzer Seenland)
 - Industriekultur
 - UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen
- ▶ **UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen:** Wertschöpfung in der Region durch nachhaltigen Geotourismus durch Veranstaltungen, Maßnahmen zur Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), Instandhaltung der Geotope und der Wanderwegeinfrastruktur sowie regionale und



internationale Netzwerkfähigkeit, Unterstützung der Entwicklung des UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen durch den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa durch Infrastruktur- und Angebotsentwicklung und Stärkung der Geschäftsstelle.

- ▶ Forcierung der grenzübergreifende Tourismus- und Projektentwicklung innerhalb der Euroregion Spree-Neiße-Bober durch die relevanten Themen Rad- und Wassertourismus, Arbeitskräftebedarf- bzw. Austausch und Arbeitskräfteausbildung in und für touristische Einrichtungen sowie ebenfalls der UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen.
- ▶ Konsequente und zeitnahe Umsetzung des Ausbaus und der Schaffung flächendeckender Digitalisierung und Vernetzung bestehender touristischer Strukturen und touristischer Akteure für einen Qualitätssprung vorhandener regionaler Besonderheiten und die Wettbewerbsfähigkeit.

Weitere ausgewählte Konzepte und Studien, die bei der Erarbeitung des vorliegenden Konzeptes berücksichtigt wurden:

- ▶ Tourismuskonzept Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, 2013, ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
- ▶ Konzeption Burg 2020 - Konzeption für eine dem Allgemeinwohl verpflichtende Entwicklung in unserer Kommune Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) im Herzen des Spreewaldes, 2014, Siegbert Budischin, Frank Hildebrand, Bernhard Krumpelt, Mike Merting, Margit Neugebauer
- ▶ Masterplan naturverträglicher Wassertourismus Spree-Spreewald, 2012, Project M
- ▶ Potenzialstudie Cottbuser Ostsee, Dezember 2016, Project M / TOPOS Stadtplanung Landschaftsplanung, Stadtforschung und die dazugehörige Vertiefung für die touristische Erschließung Gemeinde Teichland/Gatojce Ortsteil Neuendorf vom Mauster See über Hafen bis zum Oststrand, Juni 2016
- ▶ Nutzungskonzept Klinger See, Amt Döbern-Land Gemeinde Wiesengrund/Łukojce, November 2013, INGBA Ingenieurgesellschaft Bau/Ausrüstung mbH
- ▶ Tourismusstudie Spreeaue, Tourismus und Regionalberatung, 2010
- ▶ Handlungsempfehlungen zur Konzeption Burg 2020 für den Kurort Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), 2013, Dipl.-Geogr. S. Tischer, basierend auf der Konzeption Burg 2020
- ▶ Tourismuskonzept Stadt Drebkau/Drjowk, 2017
- ▶ Kooperationsraum- und Mobilitätskonzept zur Sicherung erreichbarer Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen, 2018, IGES Institut GmbH
- ▶ Masterplan 2.0 UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen / Łuk Mużakow, 2018, GE-Omontan GmbH Freiberg
- ▶ Kulturstrategie Lausitz 2025, 2020, Dr. Martina Taubenberger
- ▶ Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, Kulturlandschaften, 2011, BTU Cottbus/Chóśebuz
- ▶ Integriertes Stadtentwicklungskonzept INSEK Forst (Lausitz)/Barśc (Łużyca), 2017, GRUPPE PLANWERK
- ▶ Stadtmarketingkonzept 2018, Rosenstadt Forst (Lausitz)/Barśc (Łużyca), CIMA, Tourismus plan B
- ▶ Regionales Entwicklungskonzept Cottbus/Chóśebuz – Guben – Forst (Lausitz)/Barśc (Łużyca), 2013, BTE, die raumplaner, INPOLIS UCE GmbH.

3.2 Leitbilder im Rahmen des Strukturwandels

Für das Lausitzer Revier (Freistaat Sachsen/Land Brandenburg) gibt es ein Leitbild (Stand 14.03.2019⁴). Darin sind folgende Ziele formuliert. Die Lausitz gestalten als ...

- ▶ „Europäische Modellregion für den Strukturwandel - Proaktiv die Zukunft gestalten
- ▶ Zentraler, europäischer Verflechtungsraum - Neue Verbindungen im Herzen Europas schaffen
- ▶ Innovative und leistungsfähige Wirtschaftsregion - Die Rahmenbedingungen für Industrie, Innovationen, Wohlstand und Beschäftigung verbessern
- ▶ Moderne und nachhaltige Energieregion - Den umfangreichen Erfahrungsschatz für künftige Energiesysteme nutzen
- ▶ Forschung, Innovation, Wissenschaft und Gesundheitsvorsorge - Den digitalen Wandel nutzen und neue Wachstumspfade eröffnen
- ▶ Region mit hoher Lebensqualität und kultureller Vielfalt- Kultur-, Natur- und Tourismuspotenziale hervorheben und die regionale Identität stärken.“

Im letztgenannten Punkt gibt es besondere Bezüge zur touristischen Entwicklung. Laut Leitbild bietet die Lausitz „eine hervorragende Lebensqualität für Bewohner und Besucher. Touristisch und kulturell ist die Lausitz durch eine facettenreiche Tradition, insbesondere durch die sorbische/wendische Kultur, die Bergbau- und Industriekultur sowie historische Schloss- und Parkanlagen geprägt. Zusammen mit den ausgedehnten Bergbaufolgelandschaften, ihren zahlreichen Seen und multifunktionalen Wäldern bietet sie hohe Lebensqualität und vielfältige Freizeitmöglichkeiten. Wellness, Gesundheitssektor und Tourismus verbinden sich in der Lausitz mit der Kultur- und Kreativwirtschaft und schaffen so Arbeitsplätze. Die Region will zudem für Familien attraktiver werden mit einem umfassenden Bildungsangebot, guten Betreuungs- und Studienbedingungen, einem vielseitigen Kulturangebot sowie Offenheit für digital-industrielle Arbeitsmodelle.“

Laut Leitbild zeichnen sich derzeit folgende besondere Handlungs- bzw. Projektfelder (ohne Anspruch einer abschließenden Priorisierung) ab: „Verkehrsinfrastrukturentwicklung (Neukonzeption und Realisierung), Siedlungsentwicklung, Wirtschaftsentwicklung/-förderung, Digitalinfrastruktur, Innovation/Forschung und Entwicklung (FuE), Bildung/Fachkräfte, Daseinsvorsorge/Gesundheit, Kultur/Kreativwirtschaft/Tourismus, Umwelt-/Lebensqualität, Ansiedlung/Ausbau von Einrichtungen, Behörden und Instituten (Bund, FuE usw.).“

Hingewiesen wird auf die Offenheit dieser Handlungs- und Projektfelder für eine Weiterentwicklung im Dialog mit den Regionen.

⁴ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Eckpunkte zur Umsetzung der strukturpolitischen Empfehlungen der Kommission „Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung“ für ein „Strukturstärkungsgesetz Kohleregionen“, Abruf 6.9.2020 von www.bmwj.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-strukturwandel.pdf?__blob=publicationFile&v=18

3.3 Kernziele und strategische Leitlinien

Auf Basis der Analysen und bestehender konzeptioneller Vorgaben (siehe Ausführungen zuvor), sowie auf Basis von Vorschlägen durch die *ift* GmbH, die in zwei Workshops besprochen und weiterentwickelt wurden, werden diese grundlegenden Ziele für die Weiterentwicklung des Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa definiert:

Kernziel und Mission Statement

Den Tourismus und Strukturwandel nutzen, um lebenswerter und begehrenswerter zu werden. Den Strukturwandel noch gezielter auch für den Tourismus nutzen.

Der Tourismus ist nicht nur wichtiger Wirtschaftsfaktor und Imagefaktor. Er hat auch herausragende Bedeutung für die Sicherung des Landkreises Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa als attraktiven Lebens- und Arbeitsraum für die Einheimischen.

Der Strukturwandel erfordert in Teilen des Landkreises eine wirtschaftliche Neuausrichtung. Der Tourismus wird dabei zumindest in Teilräumen künftig eine noch größere Rolle spielen können, auch und gerade, weil die Veränderung der Landschaftsräume und die Schaffung wichtiger Infrastrukturen neue Voraussetzungen schaffen. Der Tourismus kann in diesem grundlegenden Umstrukturierungsprozess keine wegfallenden Industriearbeitsplätze ersetzen, aber er ist und bleibt ein wichtiges wirtschaftliches Standbein und bedeutender Standortfaktor auch für andere Wirtschaftsbereiche. Deshalb ist es jetzt wichtiger denn je, dass die Orte und Regionen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa für Gäste wie Einheimische begehrenswerter und lebenswerter bleiben. Begehrlichkeit erwächst dabei aus den besonderen, bestens zugänglichen Landschaftsräumen und besonderen Attraktionen, aber vor allem auch aus der besonderen Aufenthaltsqualität der Orte und die Qualität ihrer Gastgeber. Um hier weitere Angebote zu entwickeln und Betrieben und Fachkräften so wirtschaftliche Perspektiven zu geben, müssen alle Möglichkeiten genutzt werden, um die zur Förderung des Strukturwandels umfassend zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel auch in nachhaltige Infrastrukturen für Lebensqualität, Standortqualität, Tourismus und Naherholung zu investieren.

Im Einzelnen werden diese zentralen qualitativen Ziele festgelegt:

- ▶ regionale Identität und Tourismusbewusstsein weiter stärken
- ▶ touristische Profilierung weiter voranbringen, dabei neben den bestehenden Schwerpunkorten insbesondere die „neuen Landschaften“ zur Profilierung nutzen
- ▶ Bekanntheit und Image als attraktive Kurzreise- und Ausflugsregion weiter ausbauen
- ▶ durchgängig hohe Qualität erreichen
- ▶ Orte, Einrichtungen, Betriebe für die digitale Zukunft fit machen
- ▶ Beitrag zur Weiterentwicklung der Orte, Stärkung des Lebens-, Tourismus- und Wirtschaftsraumes leisten, Angebote und Betriebe sichern. Dazu Rahmenbedingungen für Fachkräfte verbessern (Kinderbetreuung, bezahlbarer Wohnraum)
- ▶ nachhaltige Tourismusentwicklung sicherstellen.

Hinzu als zentrale ökonomische und quantitative Ziele:

- ▶ mehr Tagesgäste, mehr Übernachtungsgäste, längere Aufenthaltsdauer bei allen Gästen
- ▶ höhere Tagesausgaben – mehr Umsätze für die touristischen Betriebe und mehr Wertschöpfung für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa
- ▶ Sicherung der Arbeitsplätze bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze im Tourismus im Rahmen des Strukturwandels (und nach der Corona-Krise), Sicherung von Unternehmensnachfolgen.

Strategien

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden diese Strategien festgelegt:

1. Strukturwandel auch touristisch besser managen und nutzen

Der Tourismus bzw. die Tourismusförderung soll noch stärker als Instrument der Regionalentwicklung eingesetzt werden. Dazu werden die in den Kommunen und zwischen den für den Strukturwandel verantwortlichen Wirtschaftsförderungs- und Projektsteuergesellschaften abgestimmten touristischen Projekte künftig auch zentral durch den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gebündelt und koordiniert und in die landkreisübergreifenden und landesweiten Konzepte eingebracht. Auch Aufgaben der touristischen Ansiedlung fallen hierunter.

2. Sicherung, Ausbau, mehr Erlebbarkeit der touristischen Angebote, neue Leuchtturmprojekte, Themencluster

Neben attraktiven Ortsbildern und guten Basisangeboten, die die Gäste heute als gegeben voraussetzen, geht es um die bessere Inszenierung, Anbindung und Zugänglichkeit der bestehenden Attraktionen. Auch sollen neue Leuchtturmangebote mit hoher Anziehungskraft (und Medienwirksamkeit) geschaffen werden. An Zielen mit starker Besucherfrequenz sollen außerdem gezielt thematisch passende (v.a. gewerbliche) Angebote im Sinne touristischer Cluster ergänzt werden, um die Aufenthaltszeit zu verlängern und neue Umsatzpotenziale zu erschließen.

3. Führungsrolle im Radtourismus sichern, Wertschöpfungspotenziale nutzen, Angebot diversifizieren, emotionalisieren, perfektionieren

Jeder Landkreis in Brandenburg setzt mittlerweile auf den Radtourismus, der durch das e-Bike noch einmal zusätzlichen Aufschwung erlebt. Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hat wie kaum ein anderer in sein Radwegenetz und dort insbesondere in seine Radfernwege investiert - nun muss dieser Wettbewerbsvorteil gehalten werden. Neben der Pflege der Wege und Beschilderung und der künftig emotionaleren Vermarktung geht es vor allem auch um die bessere Einbindung der Betriebe entlang der Routen, um dem Gast ein perfektes und möglichst ganzjähriges Radfahrerlebnis zu bieten – und so die Betriebe zu stärken.

4. Weitere Schwerpunkttore und -regionen etablieren

Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) ist der touristische Hotspot im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, der einen Großteil der Ankünfte und Übernachtungen auf sich vereint und in dieser Führungsposition auch künftig weiter gestärkt werden soll, indem Gesundheits-, Wellness- und Aktivangebote weiter ausgebaut werden. In Zeiten starker Nachfrage gibt es allerdings bereits

Überlastungserscheinungen. Um Touristenströme künftig stärker zu lenken und so eine hohe Zufriedenheit bei Gästen wie Einheimischen zu erhalten, müssen gezielt auch andere Orte und Regionen im Landkreis schrittweise und mit Augenmaß zu touristischen Schwerpunkten ausgebaut werden und es bedarf in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) gezielter Angebote und Maßnahmen zur Besucherlenkung (auch durch passende ÖPNV-Angebote), zeitlich (mehr Gäste im Winterhalbjahr und in der Woche) und räumlich (Entzerrung).

5. Flankierende Themen entwickeln, neue Reiseanlässe bieten

Neben den Kernthemen Rad und Naturerlebnis sollen weitere Themen entwickelt werden, die für ausgewählte Zielgruppen von besonderem Interesse und möglichst auch konkrete Reiseanlässe sind. Dazu gehören die Themen Wassertourismus, Wandern (teilräumlich), niederschwellige Gesundheitsangebote, Kultur, Industriekultur bzw. Bergbaufolgelandschaften, Brauchtum (Museen, sorbische/wendische Kultur), Tagungen oder Co-Working Angebote.

Das Thema Wassertourismus entwickelt sich schrittweise neben dem Radtourismus zu einem weiteren Kernthema. Dazu bedarf es noch weiterer attraktiver Angebote an und auf den Flüssen und (neu entstehenden) Seen und einer stärkeren Verknüpfung der wasser- und landseitigen Angebote. Voraussetzung dafür wiederum ist die Fortschreibung und/oder Umsetzung der Machbarkeitsstudien und Masterpläne für das Lausitzer Seenland, Lausitzer Neiße, Spree, Spreewald, Klinger See, Masterplan Cottbuser Ostsee, Entwicklung des Hafens Neuendorf u. a. Zu beachten sind dabei die Herausforderungen des Klimawandels und zunehmend trockener Sommer.

6. sorbische/wendische Sprache und Kultur einbeziehen

Die sorbische/wendische Kultur ist wichtiger Lebensbestandteil, Anker der regionalen Identität und in Sprache und Bräuchen für Einheimische und Gäste erlebbar. Sie soll noch stärker als bisher in qualifizierte kulturtouristische Angebote und in die touristische Kommunikation integriert werden.

7. Veranstaltungen als wichtige Treiber nutzen

Großevents sind wichtige Marketinginstrumente für mehr Bekanntheit. Bereits gut etablierte Veranstaltungen sollen angebots- und vermarktungsseitig gestärkt werden. Außerdem bieten sich in den Kernthemen, insbesondere im Radtourismus, noch Potenziale für neue Events (z. B. Deutscher Radwandertag).

8. Chancen der Digitalisierung nutzen, TMB Content Netzwerk Brandenburg stärken

Das Reiseland Brandenburg bzw. die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH sind Vorreiter im Bereich Digitalisierung im Tourismus, andere Bundesländer ziehen aktuell nach. Im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sind schon viele Kommunen und Betriebe Teil des touristischen Contentnetzwerks – es sollen künftig noch mehr werden.

9. Neue Märkte erobern: Polen, Tschechien und der „Heimatmarkt“

Die Tourismusverbände Lausitzer Seenland und Spreewald konzentrieren sich im Rahmen ihrer Marketingaktivitäten auf die deutschen Quellmärkte. Über den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sollen beide Partner bei der Ansprache der Märkte Tschechien (besonders wichtig für das Lausitzer Seenland) und Polen (besonders wichtig für das Reisegebiet Spreewald) unterstützt werden. Außerdem wichtig: Die Einheimischen (und deren Besucher) sollen künftig noch

stärker als bisher als touristische Zielgruppe für die Ausflugsziele erschlossen werden („Heimatmarkt“).

10. Starke örtliche Verbünde schaffen

Neben der Stärkung der Reiseregionen Lausitzer Seenland und Spreewald, an denen der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bedeutende Anteile hat, geht es darum, Infrastruktur, Vermarktung und Gästeservice vor Ort über starke örtliche Verbünde abgestimmt weiterzuentwickeln und so Synergien besser zu nutzen. In Sachen Vermarktung geht es dabei ausdrücklich nicht um die Bildung weiterer Destinationsmarken, sondern darum, dass die Orte ihre Angebote bestmöglich in die Datenbanken und Vermarktung der Reiseregionen bzw. des Reiselandes Brandenburg einbringen, ihre touristischen Angebote über Achsen, Wege und Touren eng vernetzen und sich gegenseitig empfehlen. Dazu kann in Teilräumen eine Institutionalisierung, z. B. durch eine gemeinsame Touristische Arbeitsgemeinschaft (TAG) als Zusammenschluss mehrerer Orte sinnvoll sein.

11. Stärkung der KMU

Moderne und wirtschaftlich starke Betriebe in Beherbergung, Gastronomie und Freizeit sind das Rückgrat des Tourismus - innovative Betriebe mit neuen Ideen und Konzepten die Treiber der Branche. Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa soll kleine und mittelständische Unternehmen künftig gezielt bei der Weiterentwicklung, Erweiterung oder Neuansiedlung unterstützen. Dies erfolgt durch Beratung und Coaching bei Investitionen und Fördermittelakquise über einen zentralen Ansprechpartner für Tourismus bei der Wirtschaftsförderung des Landkreises.

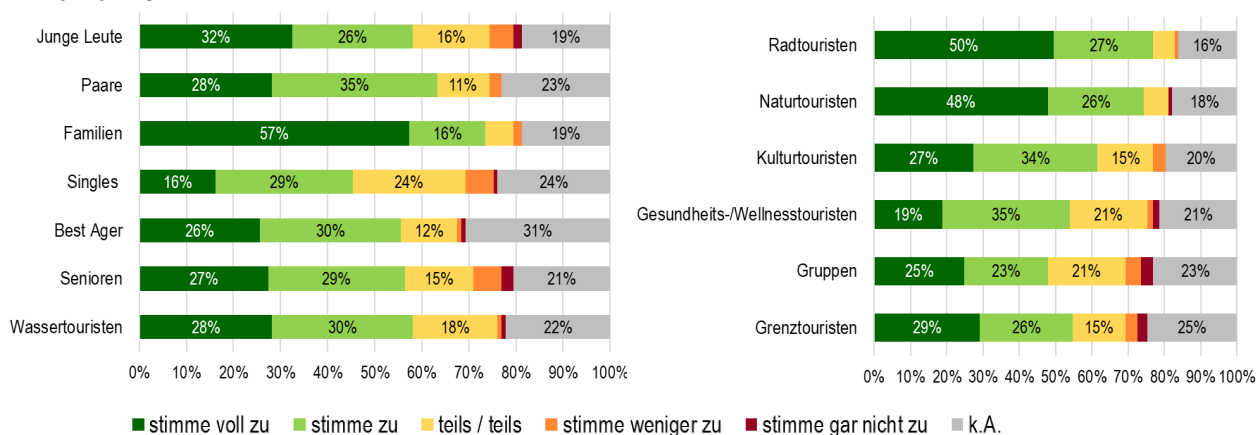
Die Rolle des Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bei der Verfolgung der genannten Ziele und Strategien ist es auch künftig, als Vernetzer, Förderer und Vermittler zu fungieren. Der Landkreis tritt gemeinsam mit den Akteuren der Reisegebiets- und Ortsebene für die Stärkung der Tourismusbranche ein, unterstützt die regionalen Tourismusakteure und entwickelt gemeinsam mit den Kommunen die öffentliche Infrastruktur. Künftig soll der Landkreis auch noch stärker als bisher auch die Ansiedlung touristischer Attraktionen und Betriebe durch ein zentrales Ansiedlungsmanagement und Coaching potenzieller Investoren und Betreiber unterstützen.

3.4 Zielgruppen, Schwerpunktregionen, Positionierung

3.4.1 Künftige Zielgruppen

In der Online-Befragung haben sich überdurchschnittlich viele Akteure im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa dafür ausgesprochen, dass künftig vor allem Familien, Radtouristen und Naturtouristen (die Top 3) angesprochen werden sollen. In Teilräumen können auch andere Zielgruppen wichtig oder sehr wichtig sein.

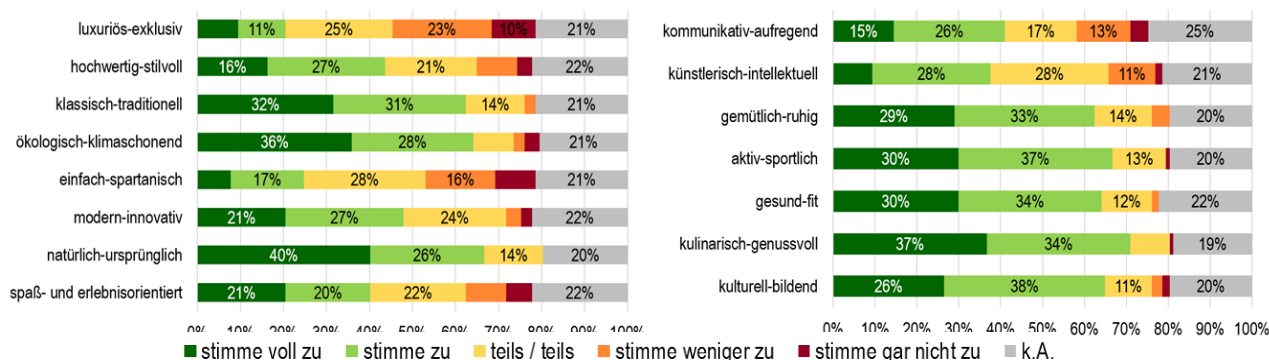
Abbildung 23: Zielgruppen mit hoher Bedeutung für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: Onlinebefragung ift, 2019, Frage: „Welche Zielgruppen sollten künftig eine hohe Bedeutung für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa haben?“, n = 117

Die Antworten auf die Frage nach dem künftigen Angebotscharakter liefert (aus der Innensicht) außerdem gute Hinweise auf die Lebenswelten und Lifestylegruppen, die hier vorrangig angesprochen werden können (v.a. eher klassisch-gemütlich-ruhig, natürlich-ursprünglich, ökologisch-klimaschonend, aktiv-sportlich und genussvoll). Es gab aber auch einen bedeutenden Anteil derer, die künftig „hochwertig-stilvolle“ oder auch „modern-innovative“ Angebote als wichtig ansehen.

Abbildung 24: Künftiger Charakter der touristischen Angebote im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: Onlinebefragung ift, 2019, Frage: „Welchen Charakter sollen die touristischen Angebote im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa künftig haben?“, n = 117

Zielgruppen Tourismus Marketing Brandenburg GmbH

Von den fünf gültigen Zielgruppen auf Landesebene⁵ passen vier Zielgruppen grundsätzlich zum Profil der Reiseregionen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa:

- ▶ **Gesellige Familien:** durchschnittlich 49,5 Jahre alt, mittleres Haushaltseinkommen (unterdurchschnittliche Reiseausgaben), überdurchschnittlich aktiv, Selbstverpfleger, gerne Campingplätze und Ferienwohnungen, gemeinsame Erlebnisse mit der Familie (Wassererlebnisse, kurze Radtouren).
- ▶ **Genussorientierte Natururlauber:** durchschnittlich 49 Jahren, Urlaub auf dem Land, in Naturräumen in Verbindung mit Aktivitäten am und auf dem Wasser, Radfahren, Wandern, gute regionaltypische Küche, Übernachtung in qualitativ hochwertigen Hotels, Ferienwohnungen/Ferienhäusern, besonderen (Natur-)Übernachtungsangeboten.
- ▶ **Intellektuelle Kulturliebhaber:** durchschnittlich 56 Jahre alt, gehobenes Haushaltseinkommen, Bodenständigkeit und Authentizität, überdurchschnittlich aktiv, Kultur und Besichtigung von hoher Bedeutung, überwiegend Individualreisende.
- ▶ **Qualitätsbewusste Entschleuniger** (v.a. für Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) und ausgewählte Anbieter im Landkreis): ähnlich wie Intellektuelle Kulturliebhaber, jedoch stärkeres Gesundheits- und Wellnessmotiv, weniger sportlich aktiv, weniger Kultur, auch Pauschalreisende (30%).

Zielgruppen Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Die Zielgruppen des Landkreises Spree-Neiße bzw. der beiden Reiseregionen im Landkreis, an denen der Landkreis Anteile hat, sind:

a) Zielgruppen nach Reise-, Aufenthaltsdauer sowie räumlichen Märkten:

- ▶ **Ausflugsgäste, Tagesausflügler** aus dem Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa selbst, aus den Nachbarlandkreisen, Berlin (Spreewald als traditionelles Ausflugsziel der Berliner im Osten) und aus dem Raum Dresden (Seenland) sowie aus Cottbus/Chóšebuz
- ▶ **Wochenend-, Kurzreisende** aus Berlin, Brandenburg, perspektivisch auch noch stärker aus Polen und Tschechien
- ▶ **Urlaubsgäste** (vor allem Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)), überregionale, nationale Nachfrage (Sachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Hamburg, Hessen etc.) – setzt Beherbergungsangebote mit hoher Eigenattraktivität und touristische Angebotscluster (Attraktionen, Angebote) voraus, perspektivisch auch noch stärker aus Polen und Tschechien, Süddeutschland.

b) Zielgruppen nach Interessen, soziodemografischen Merkmalen, Lebensstilen, Lebensphase (nach Potenzialen und Priorität sortiert)

⁵ Tourismus Marketing Brandenburg GmbH „Tourismus Marke Brandenburg“

Zielgruppen Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa	Bezug zu den TMB Ziel-/Lifestylegruppen ¹
<p>▶ Aktivurlauber:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kernzielgruppe Radtouristen: Etappenradler auf den Radfernwegen, Regioradler, e-Bikefahrer, Rennradfahrer, Teilnehmer und Gäste Rad-Events – Wassertouristen: Muskelbetriebener Wassersport Kanu, Paddeln auf Spreegewässern und Oder / Neiße, Surfen / Kiten, Segeln, Tretboot. SUP sowie Motorboote oder Elektroboote auf den Seen (Lausitzer Seenland) – Wanderer, Spaziergänger (v.a. Tagesgäste, eher Ergänzungszielgruppe, teilräumlich) – Reiter (teilräumlich) 	<ul style="list-style-type: none"> – „Gesellige Familien“, „Genussorientierte Natururlauber“ – „Genussorientierte Natururlauber“, „Qualitätsbewusste Entschleuniger“
<p>▶ Kulturtouristen (Nischenzielgruppen) Interesse an: „Landschaft im Wandel“, „Grenzerfahrungen“, Parks, Gärten, Tagebauerlebnis, Industriekultur, sorbische/wendische Traditionen, Bildungsangebote, regionstypische Veranstaltungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Intellektuelle Kulturliebhaber
<p>▶ Gesundheits- und Wellnesstouristen (Schwerpunkt Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), ausgewählte Anbieter) Gesundheit, Auszeit, Wellness, Beauty, Naturerlebnis, Aktiv-Sport, Yoga, gesunde Ernährung, Selfness, Coaching</p>	<ul style="list-style-type: none"> – „Qualitätsbewusste Entschleuniger“, „Genussorientierte Natururlauber“
<p>▶ Aktive gesellige Familien (als Ausflügler und Kurzurlauber im gesamten Landkreis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – „Gesellige Familien“
<p>▶ Camping-, Wohnmobiltouristen (Anlagen- und Natur- sowie Gewässerorientiert, wachsende Zielgruppe)</p>	

Weitere Zielgruppen in Bezug auf Reisebegleitung oder besondere Anlässe:

- ▶ **Jugendgruppen** (Klassenfahrten, Vereinsfahrten, Bildungsreisen)
- ▶ **Gäste Tagungen und Feiern**
- ▶ **Eventgäste**
- ▶ Reisen für Alle, Barrierefreiheit.

Wichtig ist, die Zielgruppen nicht nur nach Motiven und Interessen oder soziodemografischen Merkmalen zu differenzieren, sondern sich mit deren Lebensstilen und Werten auseinanderzusetzen. Dies erfolgt einerseits über die Zuordnung der TMB-Ziel- und Lifestylegruppen und im nächsten Schritt über die Entwicklung von Personas, die den Zielgruppen zusätzlich ein „Gesicht“ und eine persönliche Geschichte verleihen und so die Angebotsentwicklung und die Ansprache (entlang der gesamten Servicekette, also vor, während und nach dem Ausflug bzw. der Reise) erleichtern.

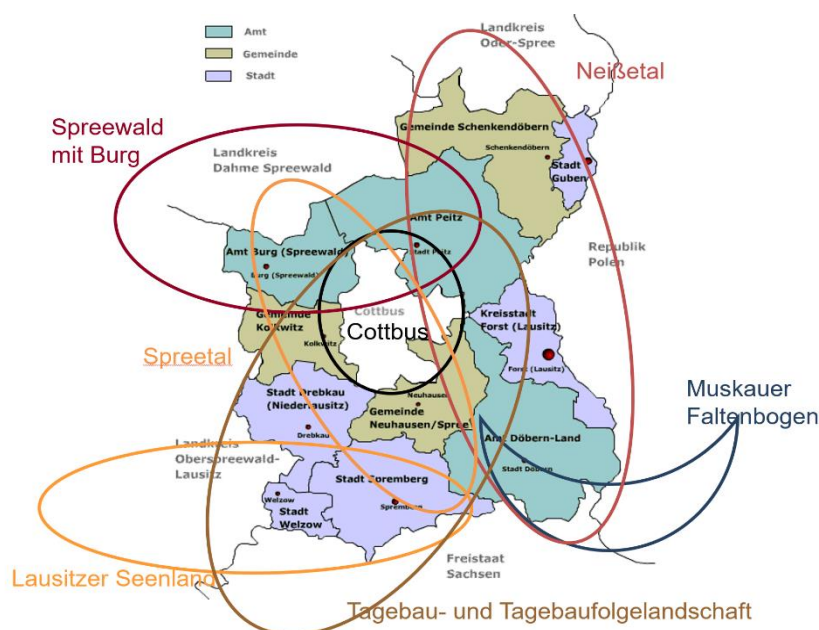
3.4.2 Touristische Schwerpunktreionen/-orte

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa konzentriert sich auch künftig bei Angebotsmanagement und Vermarktung auf regionale, aussichtsreiche Schwerpunkte und Achsen. Diese müssen landschaftlich und damit auch in der Wahrnehmung der Gäste erkennbar und abgrenzbar sein.

Zu diesen **Schwerpunktgebieten** zählen:

- ▶ **Spreewald mit Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)** als mit Abstand wichtigster und potenzialstarker Tourismusort des Landkreises (Gesundheit, Wellness, Natur)
- ▶ **Lausitzer Seenland** mit speziellen Angeboten und langfristigem Ansiedlungspotenzial für neue Angebote
- ▶ **Tagebaue Bergbaufolgelandschaft, weitere Seen** (Klinger See, *künftig Cottbuser Ostsee, Welzower Revier*)
- ▶ **Teichland/Gatojceschaft Peitz/Picnjo, Neuendorf** (Teichland/Gatojce) – *künftig Cottbuser Ostsee*
- ▶ **Cottbuser Ostsee** (ab etwa 2025), Radtourismus, Wassertourismus, Stadterlebnis, Cottbuser/Chosebuz (Shopping, Veranstaltungen, Events).
- ▶ **Achse Neißeetal**, Europäischer Parkverbund Lausitz, **Naturpark Schlaubetal** als eigene touristische Achse (Rad, Wasser, Natur, Kultur), Internationale Naturausstellung Lieberoser Heide I. N. A., Städte Forst (Lausitz)/Barść (Łużyca) und Guben
- ▶ **Achse Spreetal und Spreeaue** zwischen Spremberg/Grodok, Spremberger Stausee, Cottbus/Chosebuz, Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow, Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota); Wassertourismus, Camping, Radfahren
- ▶ **UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen** (Naturerlebnis, Naturbildung, Wandern)

Abbildung 25: Touristische Schwerpunkträume und Achsen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa



Quelle: ift GmbH

Im Randbereich des Spreewaldes werden touristische Entwicklungen beispielsweise in Peitz/Picnjo oder in der Lieberoser Heide vorangetrieben, um gezielt Druck von Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) zu nehmen, Überlastungserscheinungen dort zu minimieren und um eine gleichmäßigere Nachfrageverteilung im Landkreis Spree-Neiße zu erreichen.

Durch die Stärkung der wichtigsten Achsen besonders entlang der Neiße und der Spree, zwischen Spreewald und Lausitzer Seenland, unter Einbindung von Cottbus /Chosebuz und durch Westumfahrung von Cottbus /Chosebuz können auch die Kommunen Kolkwitz/Gołkojce, Drebkau//Drjowk, Welzow/Wjelcej und Spremberg/Grodk zusätzliche Nachfrageimpulse erlangen.

Die Stärkung der Achsen erfolgt dabei vor allem über die weitere Optimierung und Pflege der Radwege, Schnellradwege (Eignung für Pedelecs, Pedelecverleih → Projekt A1), die Stärkung der Gastbetriebe und Einrichtungen entlang der Routen (→ B1) bzw. über weitere Themenrouten für Radfahrer, Pkw-Fahrer, Reiter etc.

4. Projekte und Maßnahmen

Für die einzelnen Handlungsfelder werden nachfolgend konkrete Projekte und Maßnahmen benannt und mit Prioritäten, Verantwortlichkeiten und Zeithorizonten untersetzt.

Die Maßnahmen können und sollen nicht alle zeitgleich angegangen werden, sondern sind mit Prioritäten (hoch, mittel, niedrig) und einer empfohlenen Zeitschiene (kurzfristig 1-2 Jahre, mittelfristig 2-4 Jahre und langfristig > 4 Jahre) versehen.

Der Maßnahmenkatalog ist wie folgt strukturiert:

- ▶ Zunächst werden acht Leitprojekte vorgestellt, die Handlungsfeld übergreifenden Charakter und besondere Bedeutung haben.
- ▶ Anschließend werden die weiteren Projekte gegliedert nach den Handlungsfeldern Infrastruktur, Betriebe, Angebote, Vermarktung sowie Organisation vorgestellt.
- ▶ Zu Beginn der Kapitel gibt es jeweils eine kurze Einführung und eine Übersicht mit den wichtigsten Eckdaten der Projekte (Zuständigkeiten, Priorität, Zeithorizont).

Hinweis: In den nachfolgend beschriebenen Projekten finden sich sowohl Maßnahmen, die für alle Kommunen gelten als auch Einzelmaßnahmen für bestimmte Standorte (die auch teilweise schon in Planung sind und wegen ihrer Bedeutung für die Gesamtentwicklung hier aufgegriffen werden).

In allen Handlungsfeldern können jederzeit weitere Projekte und Maßnahmen ergänzt werden und hinzukommen. Wichtig ist, dass sie einen Beitrag zu den definierten Zielen leisten, die dargestellten Strategien umsetzen helfen und sich an die aufgeführten Zielgruppen richten.

Abbildung 26: Übersicht touristische Projekte und Maßnahmen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Leitprojekte	
L1: LANDKREIS SPREE-NEIßE/WOKREJS SPRJEWJA-NYSA: Zentrales Management Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne	
L2: BURG (SPREEWALD)/BÓRKOWY (BŁOTA): Weiterentwicklung, Höherprädikatisierung als Thermalsoleheilbad	L6: NEUENDORF (TEICHLAND/GATOJCE) Hafenentwicklung (Cottbuser Ostsee)
L3: NEUHAUSEN (SPREE): Premium Naturcampingwelt Spremler Stausee	L7: LIEBEROSER HEIDE I. N. A Lieberoser Heide
L4: GUBEN und FORST (LAUSITZ)/ BARŚĆ (ŁUŻYCA) Museumsinitiative, Museen 3.0	L8: OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN FORST (LAUSITZ)/BARŚĆ (ŁUŻYCA) Abrundung Infrastruktur, Beispielung, Vermarktung
L5: AMT DÖBERN-LAND Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Kötzig	L9: ERLEBBARE SORBISCH/WENDISCHE KULTUR, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen mit Freilichtmuseum Stary Lud

Weitere Projekte und Maßnahmen

A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität	B. Betriebe, Tourist-Information	C. Angebotsentwicklung	D. Vermarktung & Gästeinformation vor Ort
A1: Premium Radwegenetz 2.0	B1: Ausbau Gastgewerbe an Rad- und Wanderwegen	C1: Erarbeitung, geführter Touren, Erlebnistouren	D1: Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort
A2: Ganzheitliches Mobilitätskonzept Landkreis SPN	B2: Neue Freizeit-/Besucherattraktionen Indoor, Outdoor	C2: Angebote für Familien	D2: Ausbau des Online- und Social Media-Marketings
A3: Neue Leuchtturmprojekte, Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte	B3: Weiterentwicklung Tourist-Informationen	C3: Erweiterung der Angebote für junge Leute	D3: Entwicklung des Kartenmaterials
A4: Attraktive zentraler Aufenthaltsbereiche, Ortsbilder	B4: Ausbau Erlebniseinkauf	C4: Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote	D4: Persönliche Information vor Ort, Kampagne „Lieblings-Gastgeber“
A5: Umsetzung Konzepte Wassertourismus	B5: Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte	C5: Einführung Gästecard Spreewald	D5: Entwicklung Auslandsmarketing Kampagne
A6: (teilräumlich) Ausbau Wanderwege, Reitwege	B6: Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe	C6: Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen, Deutscher Radwandertag	D6: Erarbeitung einer Heimatmarkt-Kampagne
A7: Museen SPN 3.0 / Weiterentwicklung Museumsnetzwerk SPN	B7: Neue Beherbergungsbetriebe, besondere Konzepte	C7: Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“	
	B8: Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce		

Querschnittsthemen

E. Qualität und Nachhaltigkeit	F. Digitalisierung	G. Kooperationen
E1: Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen	F1: Verbesserung der Online Buchbarkeit	G1: Netzwerk Binnenmarketing und Lobbyarbeit
E2: Nachhaltigkeitsmonitor	F2: Ausbau, Stärkung POI-, Contentnetzwerk der TMB	G2: Kooperation und Cottbus/Chósebuz
		G3: TAG-Bildung Orte

4.1 Leitprojekte

Um das aktuelle Hauptziel der weiteren touristischen Entwicklung umzusetzen und die besonderen Herausforderungen, aber auch Chancen des Strukturwandels und der dazu zur Verfügung stehenden Hilfen des Bundes auch für die weitere Entwicklung des Tourismus wirksam zu machen, soll beim Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ein zentrales Management eingesetzt werden (Leitprojekt L1). Es dient dazu, Projekte mit zu entwickeln und zu koordinieren, das Update der zahlreichen vorhandenen, aber z. T. auch veralteten Masterpläne zu steuern und den Landkreis und seine Kommunen auch bei der Ansiedlung neuer touristischer Anbieter zu unterstützen.

Weitere Leitprojekte haben die Weiterentwicklung und Höherprädikatisierung von Burg (Spree-wald)/Bórkowy (Błota) (L2) zum Gegenstand, bei der vor allem die Qualitätsentwicklung im Mittelpunkt steht. Als zweiter touristischer Schwerpunkt geht es auch in Neuhausen/Spree um die auf Qualität ausgerichtete Weiterentwicklung der Beherbergungsangebote am Spremberger Stausee (L3), ebenfalls mit dem Ziel der Saisonverlängerung.

In Guben und vor allem Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) sollen die beiden großen Museen auch in Bezug auf die Ausstellungen touristisch attraktiver werden (L4). Bereits geplant sind das Geopark-Besucherzentrum im Amt Döbern-Land (L5) und die I.N.A in der Lieberoser Heide (L7). Beide Projekte stärken nachhaltig das Schwerpunkt- und Potenzialthema „Natur“ auch im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Wichtigstes Projekt in Zusammenhang mit dem entstehenden Cottbuser Ostsee ist auf dem Gebiet des Spree-Neiße-Kreises/Wokrejs Sprjewja-Nysa die Hafententwicklung in Neuendorf (Teichland/Gatojce) (L6). Hier kann ein wichtiges Freizeitcluster entstehen und ein weiterer touristischer Schwerpunkt.

Der Rosengarten in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) gehört zu den bedeutendsten Besucherattraktionen im Landkreis. Hier liegt der Fokus jetzt auf der Stärkung von Bespielung (Veranstaltungen, Führungen, Gästeangebote) und der Vermarktung (L8).

Tabelle 6: Leitprojekte

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit			Prio-rität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Ver-bände		Betriebe	k	m
L1	Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa: Zentrales Management, Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne, touristische Ansiedlung	x						
L2	BURG (SPREEWALD)/BÓR-KOWY (BŁOTA): Weiterentwicklung, Höherprädika-tisierung als Thermalsoleheilbad		x	x	x			
L3	NEUHAUSEN (SPREE): Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee				x			

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
L4	GUBEN und FORST (LAUSITZ)/BARŠĆ (ŁUŻYCA): Museumsinitiative, Museen 3.0	x	x			+++		x	
L5	AMT DÖBERN-LAND Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Kötzig		x	x		+++		x	x
L6	NEUENDORF (TEICHLAND/GATOJCE) - Hafentwicklung (Cottbuser Ostsee)	x	x			+++			
L7	LIEBEROSER HEIDE - I. N. A Lieberoser Heide	x	x	x	x	+++	X	x	x
L8	OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN FORST (LAUSITZ)/ BARŠĆ (ŁUŻYCA): Abrundung Infrastruktur, Bespielung, Vermarktung		x	x	x	+++			
L9	ERLEBBARE SORBISCH/ WENDISCHE KULTUR, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen mit Stary Lud	x	x			+++	X	x	x

Die einzelnen Leitprojekte werden nachfolgend beschrieben.

4.1.1 L1 LANDKREIS SPREE-NEIßE/WOKREJS SPRJEWJA-NYSA: Zentrales Management Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne

Leitprojekt L1:

LANDKREIS SPREE-NEIßE/ WOKREJS SPRJEWJA-NYSA: Zentrales Management Strukturwandel und Tourismus, Update Masterpläne

Der Tourismus ist und bleibt gerade im Rahmen des Strukturwandels und der daraus resultierenden wirtschaftlichen Neuausrichtung wichtiges Standbein und bedeutender Standortfaktor für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa und für andere Wirtschaftsbereiche. Um neue und weitere touristische Angebote zu entwickeln und Betrieben und Fachkräften so wirtschaftliche Perspektiven zu geben, sollen alle Möglichkeiten genutzt werden, um die zur Förderung des Strukturwandels zur Verfügung gestellten Mittel auch in nachhaltige Infrastrukturen für Lebensqualität, Tourismus und Naherholung zu investieren. Dafür soll es künftig eine zentrale Stelle beim Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa (ggf. bei der landkreiseigenen Wirtschaftsförderungsgesellschaft CIT GmbH) geben, die die touristischen Infrastrukturprojekte und Planungen bündelt, koordiniert und bei der Finanzierung bzw. Förderung berät und unterstützt. Auch soll die Ansiedlung neuer Attraktionen und Betriebe bzw. das Coaching potenzieller Investoren und Betreiber künftig wichtige Aufgabe dieser zentralen Stelle sein.

Ziele:

- ▶ weitere Stärkung der Lebensqualität und der touristischen Wertschöpfung
- ▶ Managementaufgaben für Tourismus in der Leitungsebene des Landkreises Spree-Neiße stärker bündeln (Aufgabenbereiche aktuell auf zwei Dezernate verteilt); neues zentrales Management besser mit personellen und finanziellen Ressourcen ausstatten
- ▶ Know-how für Tourismus und Strukturwandel zusammenziehen, nicht nur lose Abstimmung, sondern starke, institutionelle Einheit schaffen
- ▶ Abgleich, Aktualisierung, Bündelung und Koordinierung von touristischen Infrastrukturprojekten, die insbesondere vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Brandenburger Teil des Lausitzer Reviers besonders umgesetzt werden können
- ▶ Gewinnung von Investoren und Betreibern, Ansiedlung; Verbesserung der Perspektiven für Betriebe, für junge Unternehmer, Schaffung bzw. Sicherung von Arbeitsplätzen
- ▶ Den Raum als Vorreiter und Modellregion für wirtschaftlichen und landschaftlichen Strukturwandel, Lebensqualität und innovativen Tourismus entwickeln.

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Aufbau einer zentralen Managementstelle „Strukturwandel und Tourismus“ und zentralen touristischen Ansiedlungsstelle** (z. B. bei der Wirtschaftsförderung des Landkreises Spree-Neiße CIT GmbH) und als Schnittstelle zur länderübergreifenden Lausitz-Runde; Funktion auch als **touristischer Innovationsmanager** (mind. ein bis zwei neue Vollzeitstellen)
- ▶ Implementierung der AG Tourismus zur Koordination der Projekte
- ▶ enge Kooperation mit der Wirtschaftsregion Lausitz GmbH, ggf. weiteren regionalen Wirtschafts- und Projektentwicklungsgesellschaften und den Ämtern, Städten und Gemeinden
- ▶ Bündelung, Abgleich, Unterstützung bei der Aktualisierung der touristischen Masterpläne (→A5 Umsetzung Konzepte Wassertourismus), Kontaktbörse, Internet-Plattform mit verfügbaren Flächen, Ausschreibungen aufbauen, Kontakt zur ILB, zu den Tourismusverbänden; Initiieren von Potenzial- und Machbarkeitsstudien für gestaltbare Flächen und Anlagen.

4.1.2 L2 BURG (SPREEWALD)/BÓRKOWY (BŁOTA): Weiterentwicklung, Höherprädikatisierung als Thermalsoleheilbad

Leitprojekt L2:

BURG (SPREEWALD)/BÓRKOWY (BŁOTA): Weiterentwicklung, Höherprädikatisierung als Thermalsoleheilbad

Gesundheitstouristen verbinden mit den Prädikaten der Heilbäder und Kurorte vor allem natürliche Heilmittel, Kompetenz und Qualität, insbesondere hinsichtlich medizinischer und therapeutischer Leistungen. In ganz Deutschland gibt es rund 350 prädikatisierte Heilbäder und Kurorte, im Land Brandenburg aktuell sieben, nämlich:

- ▶ Bad Belzig: Thermalsoleheilbad
- ▶ Templin: Thermalsoleheilbad
- ▶ Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota): Ort mit Heilquellenkurbetrieb
- ▶ Bad Freienwalde: Moorheilbad
- ▶ Bad Liebenwerda: Moorheilbad
- ▶ Bad Wilsnack: Moorheilbad
- ▶ Buckow: Kneippkurort

Während Bad Belzig und Templin das (auch unter Vermarktungsgesichtspunkten) wertvolle Prädikat „Thermalsoleheilbad“ tragen, wird Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) aktuell als „Ort mit Heilquellenkurbetrieb“ geführt. Ziel ist es, Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) mittels der Höherprädikatisierung weiter zu entwickeln und gesundheitstouristisch zu profilieren.

Ziele:

- ▶ Weiterentwicklung und Höherprädikatisierung als Thermalsoleheilbad
- ▶ Saisonverlängerung
- ▶ Erhöhung der touristischen Wertschöpfung durch mehr (gesundheitstouristische) Qualitätsangebote (Fokus Qualität, nicht mehr Quantität)
- ▶ Stärkung des Gesundheits- und Wellness-tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa als bedeutendes und wertschöpfungsstarkes Tourismusangebot

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Entwicklung Maßnahmen- und Investitionskatalog zur Erfüllung der Kriterien, die für die Erlangung des Prädikates Thermalsoleheilbad gelten
- ▶ Antragstellung beim Land
- ▶ Umsetzungskonzept, Umsetzung
- ▶ Projekte Infrastruktur: Stärkung eines kurörtlichen Ortsbildes einschließlich Parks und Grünanlagen, Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung und -lenkung, Verbesserung Barrierefreiheit, Weiterentwicklung der gesundheitstouristischen Angebote in der Spreewald Therme
- ▶ Ergänzende niederschwellige Gesundheitsangebote: Anwendung ortsgebundenes Heilmittel, Gesundheitsprogramme
- ▶ Weitere Maßnahmen: Ausbau von Maßnahmen zur Qualitätssicherung, Ausbau emissionsarmer Mobilitätsangebote
- ▶ Weiterentwicklung der gesundheitstouristischen Vermarktung

4.1.3 L3 NEUHAUSEN (SPREE)/KOPANCE/SPRJEWJA: Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee

Leitprojekt L3:

Neuhausen/Spree: Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee

Auf dem Gebiet der Gemeinde Neuhausen/Spree gibt es schon heute kapazitätsstarke Camping- und Ferienhausangebote mit direktem Bezug zum Spremberger Stausee, sowohl am West- als auch am Ostufer, jeweils im Nahbereich zum Staudamm. Bereits erfolgte Maßnahmen zur Qualitätssteigerung haben gezeigt, dass dadurch die Attraktivität und in Folge die Belegung nachhaltig gesteigert werden konnten. Dieser Weg soll konsequent fortgesetzt werden.

Ziele:

- ▶ Weiterentwicklung der etablierten naturnahen Beherbergungs- und Freizeitangebote am Spremberger Stausee im Bereich der Gemeinde Neuhausen/Spree
- ▶ Stärkere Profilierung durch neue, innovative Angebote
- ▶ Dadurch mehr Bekanntheit, mehr Begehrlichkeit, mehr Wertschöpfung und bessere Auslastung.

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Entwicklungskonzept zur gezielten Ergänzung des Bestandes durch Angebote wie
 - Glamping (Luxuscamping, feste Zelte auf Plattformen)
 - Lodges (naturnahe Blockhütten, ggf. großzügig verglast)
 - Baumhäuser
 - Tiny houses etc.
- ▶ Dadurch mittelfristig Aufstockung der Bettenkapazität am Spremberger Stausee um mindestens 20%
- ▶ Weitere qualitätssteigernde Investitionen in den Beherbergungsbestand
- ▶ Ergänzung um naturnahe Freizeitangebote wie Adventuregolf, Frisbee Golf etc. sowie Programme für „Micro-Abenteuer“ wie Outdoor-Grundkurse, Übernachten im Wald, Survival Camps etc. und Co-Working-Camps
- ▶ Zur besseren funktionalen Verflechtung: Staudamm als Radweg freigeben, zumindest an Wochenenden und Feiertagen

4.1.4 L4 GUBEN und FORST (LAUSITZ)/BARŠĆ (ŁUŻYCA): Museumsinitiative, Museen 3.0

Leitprojekt L4:

GUBEN und FORST (LAUSITZ)/BARŠĆ (ŁUŻYCA): Museumsinitiative, Museen 3.0

Die Städte Guben und Forst verfügen mit dem Stadt- und Industriemuseum Guben und dem Brandenburgischen Textilmuseum in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) über größere, an ihren Standorten sehr authentische Museen. Hinzu kommen weitere interessante Museen wie das Eisenhütten- und Fischereimuseum in Peitz/Picnjo, das Archäotechnisches Zentrum Welzow/Wjelcej oder das Heimatmuseum in Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow mit seinem Freilichtbereich „Stary Lud“.

Für das Brandenburgische Textilmuseum in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) stehen inzwischen Mittel für die Sanierung und Aufwertung des Gebäudes bereit (8,5 Mio. Euro), nicht jedoch für die Attraktivierung der Ausstellung, für die bereits ein Konzept erarbeitet wurde. Während der baubedingten Schließung ist ein "Showroom" in der Innenstadt mit (kleinem) Museumsbetrieb geplant, mit virtuellen/digitalen Angeboten und klassischen museumspädagogischen Mitmachangeboten.

Weil Museen gerade in Städten wichtige Ankerattraktionen sind, die Museen in den Städten Guben und Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) in besonderer Weise für die Stadt- & Regionalgeschichte stehen, sollen sie in Zukunft einen wichtigeren Beitrag zur touristischen Attraktivität leisten.

Durch intensivere Zusammenarbeit sollen darüber hinaus Synergien zwischen allen Museen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa erschlossen werden.

Ziele:

- ▶ Weiterentwicklung ausgewählter Museen zu überregional ausstrahlenden Besucherattraktionen
- ▶ Vermittlung authentischer Themen und Geschichte(n) an Einheimische, Besucher und Touristen zur gezielten Profilierung als kulturell, wirtschaftlich und geschichtlich interessante Region
- ▶ Verlängerung der Saison durch Kultur- und Geschichtstouristen sowie Städtetouristen.

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Brandenburgisches Textilmuseum in Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca):
 - Professionalisierung des Betriebs
 - Zeitgemäße Weiterentwicklung der Ausstellung
 - Deutliche Optimierung des Online-Auftrittes
 - Ausbau der interaktiven bzw. Mitmachangebote in der Tuchmacher-Schauwerkstatt
 - Integration des Archivs der verschwundenen Orte
- ▶ Stadt- und Industriemuseum Guben:
 - Weiterentwicklung der Ausstellung wie zuletzt durch den 3-D-Film und die digitale 3D-Ausstellung
- ▶ Heimatmuseum in Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow (→ L9):
 - Ergänzung um weitere Angebote im Außenbereich mit thematischem Museumsbezug (Beherbergung für Schulklassen, Gruppen, kulinarische Angebote)

- ▶ Eisenhütten- und Fischereimuseum in Peitz/Picnjo:
 - Weiterentwicklung der Ausstellung
 - Weiterentwicklung, neue Nutzungen auf dem Hüttenwerksareal
- ▶ Generell (siehe auch Projekt A7):
 - Ausbau der interaktiven, museumspädagogischen Angebote
 - Ausbau der Aktionen mit der Bevölkerung, um die Identifikation mit den Museen zu steigern
 - Umsetzung der Ansätze aus der Kulturstrategie Lausitz 2025, Museen zu Schnittstellen und Knotenpunkten regionaler Kultur in der Lausitz entwickeln, insbesondere im ländlichen Raum
 - Weitere Verbesserung der Zusammenarbeit und des Austausches speziell zu Fragen der touristischen Wirksamkeit (Einbindung in touristische Programme, Besuchserlebnis, Online-Sichtbarkeit, Online-Buchbarkeit, Verbindung mit weiteren Angeboten im Bereich Kulinarik/Gastronomie, Souvenirverkauf, etc.)
- ▶ Flankierend: Bessere radtouristische Anbindung von Guben und Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) an die touristischen Zentren im Spreewald (Ost-West-Achse), die künftigen Angebote im Bereich I.N.A. und im Lausitzer Seenland.

4.1.5 L5 AMT DÖBERN-LAND Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Kölzig

Leitprojekt L5: AMT DÖBERN-LAND

Geopark-Besucherzentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Kölzig

Der deutsch-polnische UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen / Łuk Mużakowa ist der einzige grenzüberschreitende UNESCO Global Geopark in Deutschland. Beliebte Ausflugsziele sind die Parkanlagen wie z. B. der UNESCO Welterbe Fürst-Pückler-Park Bad Muskau, der Reuthener Park, der Findlingspark Nochten und der Landschaftspark Łuk Mużakowa. Sowohl auf polnischer als auch auf deutscher Seite des Geoparks gibt es ein gut ausgebautes Rad- und Wanderwegenetz. Aufgrund der Geoparkhistorie als Rohstoff- und Industrieregion gibt es auch starke Bezüge zum Thema Industriekultur.

In der gemeinsamen Entwicklungsstrategie (Masterplan 2.0) für den UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen⁶ sind eine Vielzahl von Aufgaben zur Weiterentwicklung und Positionierung des Geoparks aufgeführt. Neben der Weiterentwicklung von Angeboten zur Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) sollen buchbare touristische Produkte entwickelt werden, die mehr Übernachtungsgäste und Aktivurlauber anziehen sollen. Dafür muss die Sichtbarkeit des Geoparks weiter verbessert und das Marketing verstärkt werden [...]. Im **Infrastrukturbereich** benennt der Masterplan 2.0 neben Investitionen wie z. B. in den Wegebau und die Beschilderung auch den **Ausbau vorhandener Gebäude zu Geopark-Besucherzentren** sowie die Schaffung ergänzender Geoparkinformationspunkte. **Eines dieser Geopark-Besucherzentren soll im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa in der Ziegelei Klein Kölzig entstehen**, wo bereits mit großem Erfolg Führungen angeboten und Veranstaltungen durchgeführt werden. Damit wird die Ziegelei (mit der Ziegeleibahn) eines der touristischen Highlights des Geoparks und ein optimaler Standort für das Besucherzentrum. Neben der Entwicklung des Besucherzentrums ist auch die touristische Aufwertung des Umfeldes geplant (u. a. Fahrradrastmöglichkeit, Spielplatz, Picknickmöglichkeiten, Findlingsgestaltung, Besucherparkplätzen mit Lademöglichkeit für e-Fahrzeuge und e-Bikes, Erschließung des der Ziegelei gegenüberliegenden Sees mittels Treppe, Bollerwagen-Verleih, Beschilderung, Aussichtssteg am Luisensee am gleichnamigen Rundwanderweg etc.).

Der UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen hat in 2018 rund 66.000 Besucher angezogen, darunter 12.500 im Rahmen von Führungen und Veranstaltungen, 9.500 im Geopark-Infozentrum und rund 44.000 Besucher auf den Themenradwegen und Geopfaden. Durch die Umsetzung der Maßnahmen im Masterplan wird mit weiteren Besucherzuwächsen gerechnet.

Ziele:

- ▶ Stärkung des UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen (Sichtbarkeit, Bekanntheit, Image)
- ▶ Ausbau der Programme für Gäste zur Erlebbarkeit des Muskauer Faltenbogens und der Natur
- ▶ Steigerung der touristischen Wertschöpfung durch Besucher des Muskauer Faltenbogens

⁶ Gemeinsame Entwicklungsstrategie 2018 – 2028, Masterplan 2.0 UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen / Łuk Mużakow, 2018, GEOMontan GmbH Freiberg

Maßnahmen, Schlüsselprojekte:

- ▶ Entwicklung eines neuen, innovativen Besucherzentrums und des touristischen Umfelds, auch als Startpunkt für die Führungen - Umsetzung eines wichtigen Projektes aus dem Masterplan 2.0 UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen
- ▶ Weiterer Ausbau der Führungen und naturpädagogischen Angebote mit Fokus auf touristische Wirksamkeit (Kombination mit gastronomischen und Beherbergungsangeboten, mehrtägige Programme), auch für internationale Gäste (Mehrsprachigkeit)
- ▶ Weitere Qualifizierung des Wander- und Radwegeangebotes sowie des Radverleihangebotes im Bereich des Besucherzentrums Ziegelei Klein Kötzig.
- ▶ Ausbau der Umfeldangebote wie Aussichtstürme, Rastplätze, Lehrpfade etc.

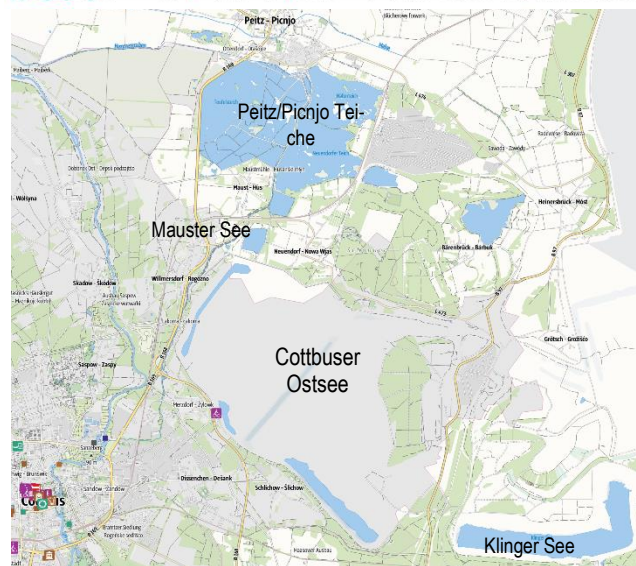
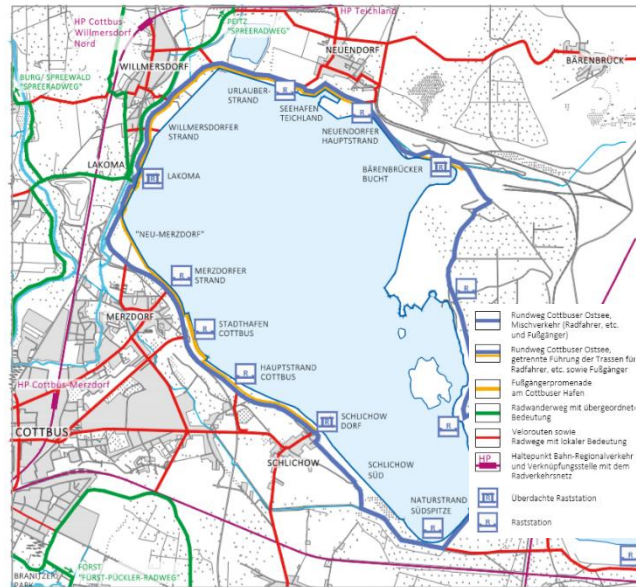
4.1.6 L6 NEUENDORF (TEICHLAND/GATOJCE) - Hafententwicklung (Cottbuser Ostsee)

Leitprojekt L6:

NEUENDORF (TEICHLAND/GATOJCE) - Hafententwicklung (Cottbus Ostsee)

Das Projekt Cottbuser Ostsee ist ein herausragendes Zukunftsprojekt - nicht nur für die Stadt Cottbus/Chósebusz, sondern für die gesamte Region und insbesondere auch für Neuendorf (Teichland/Gatojce) am künftigen Nordufer des neuen Sees. Neuendorf bzw. die Gemeinde Teichland/Gatojce können so völlig neue Potenziale in den Bereichen Tourismus und Naherholung erschließen.

Geplant sind eine Reihe bedeutender Infrastrukturprojekte wie z. B. ein Hafen / Wassersportzentrum⁷ mit rund 100 Boots- und Liegeplätzen (in Ergänzung des „urbanen“ Stadthafens in Cottbus/Chósebusz), eine Promenade, Strände (bzw. ein Hauptstrand) und es sollen sich gewerbliche Angebote z. B. im Bereich Gastronomie und Beherbergung hier ansiedeln (z. B. ein Sport- und Feriendorf). In der Bärenbrücker Bucht sollen Sportangebote für (tendenziell jüngere) Surfer, Zeltwiese und WoMo-Stellplätze entstehen, eine Wakeboardanlage als Ergänzung des künftigen Wassersportangebotes ist auf dem benachbarten Mauster See geplant. Zusammen mit den Peitzer Teichen und dem Klinger See entsteht so eine ganze Seen- und Teichlandschaft mit künftig ganz neuen Schwerpunkten und Inhalten.



⁷ Potenzialstudie Cottbuser Ostsee, Vertiefung für die touristische Erschließung Gemeinde Teichland/Gatojce Ortsteil Neuendorf vom Mauster See über Hafen bis zum Oststrand, Juni 2016, Project M / TOPOS Stadtplanung Landschaftsplanung, Stadtforschung

Das Leitbild für den Cottbuser Ostsee⁸ sieht vor:

- ▶ „Der Große“: Der Ostsee wird der größte See Brandenburgs und der größte künstlich geschaffene See Deutschlands mit viel Raum und großen Attraktionspotenzialen für Naherholung und Tourismus.
- ▶ „Der Sportliche“: Der Ostsee ist ein aktiver und sportlicher See, ein Paradies für aktive Erholung auf und am Wasser.
- ▶ „Der Innovative“: Der Ostsee ist ein besonderer See mit schwimmender Architektur, zukunftsweisenden Energiemodellen und einer besonderen Landschaftsarchitektur.

Zielgruppen sind: Wassersportler, v. a. Segler und Surfer, aber auch motorisierte Sportbootfahrer (saisonal von April bis Oktober), Freizeitradler und Skater (ganzjährig), Spaziergänger (ganzjährig), Strand-Badegäste (saisonal Mai/Juni bis August/September), Sporttreibende (Hauptmotiv Sport und nicht der Freizeit aspekt), v. a. Radsportler, Läufer, Nordic-Walker, Segler, Surfer

Ziele:

- ▶ Entwicklung des Neuendorfer Hafens als maritimes Zentrum am Cottbuser Ostsee
- ▶ Potenziale des Sees für Naherholung, Tagestourismus und Urlaubstourismus erschließen – insbesondere auch vor dem Hintergrund des Strukturwandels
- ▶ Neue, vor allem auch überregionale Zielgruppen bzw. Märkte gewinnen, mehr Tagesgäste, aber künftig auch noch mehr Übernachtungsgäste
- ▶ Touristische (Neu-)Profilierung von Cottbus/Chósebus, Neuendorf (Teichland/Gatojce), Stadt und Amt Peitz/Picnjo bzw. der gesamten Region
- ▶ Etablieren touristischer (vor allem auch gewerblicher) Nutzungen
- ▶ Besondere Qualität bieten, Innovationen und auch besondere Gestaltung (→ für anspruchsvolle Ziel- bzw. Lifestylegruppen)
- ▶ Vernetzung über Wege, Themen, Anbieter – insbesondere mit dem Mauster See, mit den Peitzer Teichen, dem Erlebnispark Teichland/Gatojce und darüber hinaus

Maßnahmen, Schlüsselprojekte:

- ▶ Weitere Vertiefung, Ausarbeitung Konzept Cottbuser Ostsee / Vertiefungsstudie Hafen / Wassersportzentrum Neuendorf (Teichland/Gatojce),
- ▶ Umsetzung der nächsten Planungsstufen für die Teilprojekte
- ▶ Ansprache und Gewinnung Investoren, Betreiber
- ▶ Ideenentwicklung, wie die geplante Bundesgartenschau 2033 in Cottbus/Chósebus am Cottbuser Ostsee auch für die infrastrukturelle Entwicklung und die Vermarktung der Angebote im Bereich der Gemeinde Teichland/Gatojce genutzt werden kann
- ▶ Vermarktungskonzept, Vernetzungskonzept

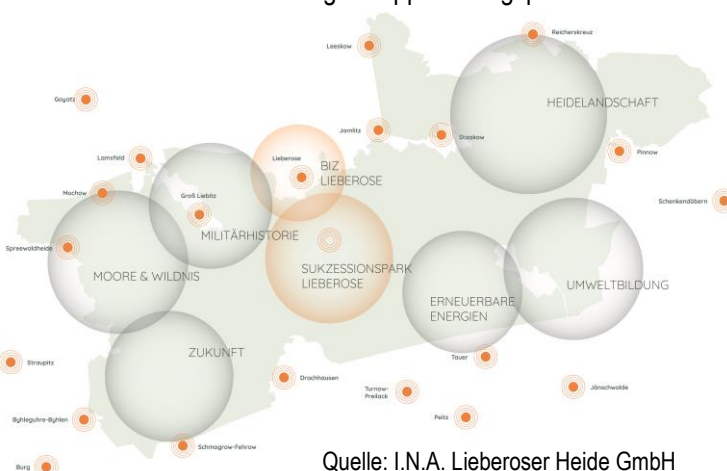
⁸ Potenzialstudie Cottbuser Ostsee, Dezember 2016, Stadtverwaltung Cottbus/Chósebus, Project M / TOPOS Stadtplanung Landschaftsplanung, Stadtforschung

4.1.7 L7 LIEBEROSER HEIDE - I.N.A Lieberoser Heide

Leitprojekt L7:

LIEBEROSER HEIDE - I.N.A Lieberoser Heide

Die Lieberoser Heide liegt an der Schnittstelle der drei Landkreise Dahme-Spreewald, Spree-Neiße und Oder-Spree. Kern des Gebietes ist der ehemalige Truppenübungsplatz Lieberose mit einem rund 255 km² ha großen Areal. Das durch jahrzehntelange Militäranutzung und forstliche Bewirtschaftung geprägte Gebiet zeigt heute eine weite Landschaft mit wertvoller Flora und Fauna, die Schauplatz der ersten Internationalen Naturausstellung I.N.A Lieberoser Heide sein wird.⁹



Das Gesamtprojekt I.N.A.

ist die modellhafte Verbindung von Regionalentwicklung, Wildnis und Naturschutz. Sie leistet einen wichtigen Beitrag zum Strukturwandel in der Lausitz und schafft ein Format, welches auf andere Regionen übertragbar ist.

Das Gesamtkonzept der I.N.A. setzt sich zusammen aus großen Ankerprojekten, nämlich:

- ▶ Aussichtsturm am Sukzessionspark,
- ▶ Heideradweg auf der durch die Lieberoser Heide verlaufenden ehemaligen Bahntrasse (Projektträger Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa),
- ▶ Augmented Reality Angebot, die App „Lieberoser Heide 4.0“.

Weitere wichtige Module sind der BfN-Antrag mit besonderer Ausrichtung zur Wildnis-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung, Projekten zur Qualifizierung von Ausstellungsobjekten, wie einem Sternen- und einem Moorerlebnispfad, einem Pfadfindercamp oder spezifischen Artenschutzprojekten und kleinteiligeren Maßnahmen, die besonders unter dem Fokus der regionalen und grenzüberschreitenden Zusammenarbeit stehen. Auch gibt es bereits Ideen zur Entwicklung und Vernetzung touristischer Angebote im engeren und weiteren Umfeld. Über diese Maßnahmen wird die I.N.A. auch nach ihrer Beendigung nachhaltig positive Effekte für die Region bzw. die Landkreise haben.

Ziele:

- ▶ Partizipation an den Effekten der I.N.A. im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa (Image, Bekanntheit, Arbeitsplätze, Umsätze, Wertschöpfung)
- ▶ Stärkung des Themas Naturtourismus, Naturerlebnis

⁹ Quelle: www.lieberoser-heide.de

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Ausbau der touristischen Angebote und Nutzungen im Umfeld der I.N.A. im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa (Gastronomie, Beherbergung, Radserviceangebote etc.)
- ▶ Ausbau der Wegeverbindungen, optimale Anbindung aus dem Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa (Pkw, Rad, ÖPNV) und unter Einbindung insbesondere von Guben und Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota)
- ▶ Entwicklung buchbarer naturtouristischer Angebote, Touren (z. B. Führungen, Camps, Lehrgänge, Seminare, Exkursionen)
- ▶ Integration in die touristische Vermarktung (Tourismusverbände Spreewald und Lausitzer Seenland, aber auch über die Orte und Betriebe)
- ▶ Abstimmung mit der I.N.A. Lieberoser Heide zu weiteren Projekten.

4.1.8 L8 OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) Abrundung Infrastruktur, Bespielung, Vermarktung

Leitprojekt L8:

OSTDEUTSCHER ROSENGARTEN Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) Abrundung Infrastruktur, Bespielung, Vermarktung

Der direkt an der Neiße gelegene Ostdeutsche Rosengarten mit einer Fläche von 17 Hektar, mit dem (eintrittspflichtigen) Rosenpark, dem Wehrinselpark mit „Dornröschenpark“ und der Reisigwehrrinsel trägt erheblich zu Image und Bekanntheit der Stadt Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) bei. Im Juni 1913 als Rosen- und Gartenbauausstellung eröffnet, bietet der Garten schon seit mehr als 100 Jahren Rosen- und andere Ausstellungen und viele Veranstaltungen. Jährliches Highlight sind die Rosengartenfesttage mit Open-Air-Theater, Konzerten und „Nacht der 1.000 Lichter“. Der Ostdeutsche Rosengarten ist seit 2010 Mitglied des Europäischen Parkverbundes Lausitz.



Quelle: Stadtmarketingkonzept 2018, Rosenstadt Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca), CIMA,

Neben der (Textil-)Industriegeschichte ist der Ostdeutsche Rosengarten eines der wichtigsten Alleinstellungsmerkmale von Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) und daher für die weitere Profilierung der Stadt von großer Bedeutung. Er ist ein überregionaler Besuchermagnet mit Zuwächsen bei den Besucherzahlen (2019 rund 48.000 Besucher), allerdings eher an der Peripherie gelegen und in der Stadt nach wie vor wenig sichtbar. Auch hat sich das Potenzial und auch das Interesse der „Kleingärtner“ in den vergangenen Jahren verändert. **Umso wichtiger ist es, den Rosengarten über besondere Veranstaltungen und auch über eine besondere Vermarktung wieder stärker im Bewusstsein der Zielgruppen** (tendenziell ältere Kultur-, Gartentouristen, Naturtouristen, Zwischenstopp für Radtouristen, Gruppenreisende, Einheimische, Veranstaltungsgäste, Familien) **zu halten und auch wieder neu zu etablieren.** Dies ist auch Ziel des Fördervereins, der sich um die Entwicklung von Kunst und Kultur im Rosengarten sowie den Erhalt des denkmalhistorischen, baulichen, gärtnerischen Erbes kümmert. **Für die Stärkung als Kulturstandort sind weiterhin auch noch vorhandene infrastrukturelle Defizite zu beseitigen.**

In 2020 gab es aufgrund der COVID-19 Krise deutliche Verschiebungen bei den Besuchergruppen (nach Ticketarten: mehr als 70 Prozent Rückgang bei Gruppentickets, durch Individualtickets mehr als kompensiert, deutliche Zuwächse auch bei Familientickets). Es bleibt abzuwarten, wie sich die Besucherstruktur mittel- und langfristig weiterentwickeln wird.

Ziele:

- ▶ Ostdeutschen Rosengarten Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) als Kernort für Veranstaltungen wieder stärken, neue Ideen entwickeln
- ▶ Bessere Wahrnehmung des Rosengartens (bzw. der Rosenstadt) in der Stadt, in den Betrieben, in der Region, wieder mehr Bekanntheit
- ▶ Image stärken (auch bei neuen Zielgruppen)
- ▶ Mehr Besucher, längere Aufenthaltszeit im Rosengarten und in der Stadt, mehr Wertschöpfung.

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Infrastrukturmaßnahmen zur Stärkung des Kulturstandortes Ostdeutscher Rosengarten Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca):**
 - überdachte Bühne, (sonnen-)geschützter Zuschauerbereich
 - Verbesserung (Erweiterung) der Parkplatzsituation, neue Stellplatzangebote (einschließlich Infrastruktur und attraktiver Bereich für Reisemobile)
- ▶ **Mehr Bespielung, neue Event-Ideen**
 - Neue Sonderschauen
 - Deutsche Rosenschau (als Stadtentwicklungsprojekt im CIMA, Tourismus plan B)
 - Wissensvermittlung, Austausch, Wettbewerbe:
 - Vereinstreffen, Schulungen, Wettbewerbe, Wettbewerbe mit Hobbygärtnern über Social Media
 - Neues Social Media Format „Dr. Rose gibt Auskunft“: Rosenexperte liefert Antworten auf Fragen rund um die Rose.
 - Rosengarten als Live-Übertragungsort für ein neues oder bestehendes TV-Format (ähnlich ZDF-Fernsehgarten)
 - Kulturveranstaltungen / kulturelle und gesellschaftliche Events:
 - Literaturfestival, Lesungen
 - Kunstausstellungen, weitere Skulpturenausstellungen
 - Theater oder Laientheater: z. B. moderne Adaption von Dornröschen oder Schneeweißchen und Rosenrot: ggf. jährliche Aufführung, ähnlich Theatersommer Netzeband im Ruppiner Seenland¹⁰
 - Märchenaufführungen Schulen, Kitas
 - Jährliche Tanzevents: Tanz um die Rose, Rosen-/Märchen-Maskenball, Outdoor Kochevents (mit Rosenrezepten)
- ▶ **Zusätzliche (auch gewerbliche) Erlebnisangebote, Übernachtungsangebote, Shop (in der Anlage oder in Nachbarschaft dazu):**
 - Dornröschenturm mit Rosenhecke: Aussichtsplattform, Übernachtungsmöglichkeiten, Kletterwand oder Seilrutsche
 - Besonderes thematisches Beherbergungsangebot (ähnlich Baumhäusern, Tiny House): z. B. Übernachten in riesigen Rosenblüten, die sich abends automatisch schließen
 - Rosen-Shop: Rosen, Dekoration, kulinarische, Beauty-, Pflegeprodukte aus Rosen, Rosenblättern, Rosenöl etc., Online-Shop dazu
- ▶ **Vermarktung / Vertrieb:**
 - Weiterentwicklung Website Ostdeutscher Rosengarten (und auch des touristischen Webauftrittes der Stadt Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca))

¹⁰ In Netzeband wird seit Jahren sehr erfolgreich das Traditionsstück „Unter dem Milchwald“ aufgeführt. In der Netzebander Fassung treten mehr als 50 überlebensgroße, expressive Figuren und bewegliche Skulpturen auf, mit einfachen aber sehr ausdrucksstarken Masken und Kostümen. Ein außerordentliches Erlebnis am Abend unter freiem Himmel (Quelle: <https://theatersommer-netzeband.de/spielplan/>).

- Ausbau von
 - Social Media Marketing (Facebook, Instagram / Instawalks / Reals, YouTube)
 - Medienkooperationen Radio, TV
 - Werbung, Promotion in Zielmärkten
 - Kooperationsmarketing im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa / mit den Tourismusverbänden
 - Busgruppenvertrieb
- ▶ Weitere Maßnahmen:
 - Rosengarten Forst (Lausitz)/Baršć (Łužyca) bzw. Rosenstadt in der Stadt stärker erlebbar, spürbar machen (Grünflächen Rosenbepflanzungen, wertige Rosendekoration in den Geschäften, Gastbetrieben)
 - durchgängiger Einsatz der Wort-Bild-Marke der Rosenstadt Forst (Lausitz)/Baršć (Łužyca) (mit Rose) in allen Kanälen (aktuell zwei städtische Wort-Bild-Marken im Einsatz)
 - Verbesserung der Wegeverbindungen zwischen Rosengarten und Innenstadt.

4.1.9 L9 Sorbisch/wendische Kultur, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow mit „Stary lud“

Leitprojekt L9:

Sorbisch/wendische Kultur, Leitmuseum Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow mit „Stary lud“

Der größte Teil des angestammten Siedlungsgebietes der Sorben/Wenden im Land Brandenburg befindet sich im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. Hier sind die sorbische/wendische Sprache und Kultur wichtige Lebensbestandteile und in Sprache und Bräuchen erlebbar. Das Sorbische/Wendische gehört untrennbar zur Geschichte des Landkreises und ist ein kulturelles Alleinstellungsmerkmal und wichtiger Anker der regionalen Identität. Im Zuge des Strukturwandelprozesses der Lausitz werden Maßnahmen unterstützt, dieses Alleinstellungsmerkmal und Know-how noch stärker für eine nachhaltige Entwicklung im Landkreis zu nutzen, auch als Beispiel für gelebte Interkulturalität. Die sorbische/wendische Kultur, die Erlebbarkeit von Bräuchen und Geschichte sowie die Mehrsprachigkeit sollen verstärkt öffentlichkeitswirksam und sichtbar gestaltet werden. Dazu braucht es weitere qualifizierte kulturtouristische Angebote. Damit leisten der Landkreis bzw. die Akteure auch einen wichtigen Beitrag im Landesprojekt „Inwertsetzung des immateriellen Kulturerbes im deutsch-slawischen Kontext“. Der Landkreis begleitet und unterstützt den Träger, den Domowina-Regionalverband Niederlausitz e. V., bei der Umsetzung dieses Strukturentwicklungsprojektes.

Ziele:

- ▶ Stärkere Verankerung der sorbisch/wendischen Sprache und Kultur in touristischen Angeboten und in der touristischen Kommunikation
- ▶ Erhalt und Erlebbarkeit der sorbisch/wendischen Sprache, Kultur, Bräuche
- ▶ Stärkung der regionalen Identität
- ▶ Schaffung eines sorbisch/wendischen Leitmuseums

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Sorbisch/wendische Kultur- und Brauchtumsveranstaltungen stärken oder auch neue entwickeln (→ Projekt C6: Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen)
- ▶ Sorbisch/wendische Sprache in den touristischen Publikationen, auf den Websites der Orte und passender Betriebe
- ▶ Radweg „Sorbisch/wendische Impressionen“ mit Leben erfüllen
- ▶ Stärkung der sorbisch/wendischen Museen und Heimatstuben

▶ **Leitmuseum Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow / mittelalterliche, slawische Erlebniswelt „Stary lud“**

In Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow wird die sorbische/wendische Kultur mit Stolz und großem Engagement gepflegt. Hier ist nicht nur die Mehrsprachigkeit überall präsent, sondern es finden alte sorbisch/wendische Bräuche und Feste statt. Mit dem Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow und dem neu geschaffenen mittelalterlichen, slawischen Freilichtmuseum "Stary lud" mit besonderen Führungs- und Mitmachangeboten ist über die Jahre und mit enormen persönlichen Einsatz der Akteure vor Ort ein bemerkenswerter, mit allen Sinnen erlebbarer Geschichtsort für viele und breite Zielgruppen entstanden. Das Museum betreut jährlich rund 12.000 Gäste aus dem In- und Ausland - eine beachtliche Besucherzahl, die schon heute die besondere Anziehungskraft zeigt. Dabei spielt auch die Nähe zu Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), dem touristischen Schwerpunkt im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, eine besondere Rolle.



Auch aus touristischer Sicht hat damit das attraktive und bereits an sechs Tagen in der Woche geöffnete Museum mit dem „Stary Lud“ Open-Air-Erlebnisbereich das Potenzial für einen echten touristischen Leuchtturm, sofern seine permanente Weiterentwicklung und Bespielung auch langfristig abgesichert ist und ergänzend im direkten Umfeld weitere (auch gewerbliche) Nutzungen angedockt werden, die zu längeren Aufhalten vor Ort und damit auch zu mehr touristischer Wertschöpfung führen. Wichtig ist dann ein thematisches Gesamtkonzept.

Einzelprojekte, Maßnahmen

- **Weiterentwicklung von Heimatmuseum und Freilichtmuseum „Stary Lud“ zum authentischen Zentrum bzw. Leitmuseum der sorbische/wendischen Kultur und slawischen Geschichte** (und touristischem Cluster). Dazu auch Absicherung der wissenschaftlichen Grundlagenarbeit zum Thema am Standort des Museums.
- **Erweiterung um ein besonderes Übernachtungsangebot „Slawisches Hüttendorf“** für Einzelreisende und für Gruppen (Jugendgruppen, Reisegruppen, Vereine, Firmen), als authentisches slawisches Hüttendorf, mit Möglichkeiten für Seminare, Workshops, gemeinsames Kochen, Outdoor-Aktivitäten in Ergänzung der Angebote im „Stary Lud“),

dazu Prüfung verfügbarer, gestaltbarer Flächen in direkter Nachbarschaft, Potenzial- und Machbarkeitsstudie, Gewinnung Investor und Betreiber

- **Neue sorbische/wendische Gastronomieangebote** (auch kleinere, hochwertige Imbiss-/ Café-Angebote nach sorbische/wendischen Rezepten, ggf. auch als temporäre, mobile Lösungen in der Hochsaison), **regionale Produkte, regionales Handwerk einbinden**
- **Weitere Abrundung der Angebote des Heimatmuseums und der Freilichtsiedlung „Stary lud“** (Prüfen, welche sorbisch/wendischen Traditionen sich auch touristisch vermarkten lassen, weitere Sonderausstellungen, ggf. weitere bauliche Projekte, personelle und finanzielle Ressourcen sichern).
- **Einbindung in ein thematisches Gesamtkonzept für den Ort Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow**. Das Konzept betrachtet die neuen gewerblichen Themenangebote bzw. schafft die Grundlagen dafür und plant die enge räumliche, inhaltliche und funktionale Vernetzung mit den bestehenden authentischen Angeboten von Heimatmuseum und „Stary Lud“, mit dem Naturkundezentrum Spreeauenhof in Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow und weiteren kultur- und naturtouristischen Angeboten in der Region (auch in Abstimmung mit weiteren Heimatmuseen, die ähnliche Themen beleuchten). Auch Aspekte wie Anbindung, Verkehr bzw. ruhender Verkehr u. a. müssen dann noch einmal neu betrachtet werden. Hinzu kommen konzeptionelle Überlegungen zur Entwicklung der Spreeaue als wassertouristische Achse (mit weiteren Ausstiegs-, Picknickplätzen) und als Radwanderachse mit Anbindung von Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) als Schwerpunkt für Übernachtungstourismus und Cottbus/Chósebusz als Einwohnerschwerpunkt.
- **Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes für das neue Gesamtangebot**, Integration in die bestehende Tourismusvermarktung (Tourismusverbände, Tourismusstellen der Orte) und die Netzwerke.

4.2 Projekte Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität (Handlungsfeld A.)

Hohe Aufenthaltsqualität schafft Lebensqualität. Erzeugt wird hohe Aufenthaltsqualität durch attraktive, erinnerungswürdige **Ortsbilder**, durch besondere Plätze zum Schauen und Verweilen, gepflegte, stimmige Fassaden, aber auch durch erkennbare Achsen, perfekte Besucherlenkung (wichtig auch für Orte mit ersten temporären Überlastungserscheinungen) und moderne **Basis-Infrastruktur**. Es gibt im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa heute bereits eine ganze Reihe von Orten, die über schöne, gepflegte Ortskerne verfügen – aber auch solche mit sichtbarem Handlungsbedarf oder auch ganz neuen Entwicklungspotenzialen, z. B. an den entstehenden Gewässerrändern.

Neben der Basis-Infrastruktur sollen **neue Attraktionen mit Leuchtturmcharakter** entstehen, insbesondere **in den flankierenden Themen** wie z. B. Bergbaufolgelandschaften, Industriekultur oder Sorbische/wendische Kultur. Zusätzlich können **bestehende Potenzialstandorte zu echten touristischen Kristallisationspunkten aufgewertet** werden. Hier ist zu prüfen, welche touristischen Infrastrukturen in diesem Zusammenhang noch zu entwickeln sind und welche ergänzenden Angebote (thematische, möglichst gewerbliche Cluster) sinnvoll sind, um weitere Reiseanlässe zu schaffen bzw. die Aufenthaltszeit und die Wertschöpfung im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa zu erhöhen.

Die **Erreichbarkeit** der Orte, insbesondere der Schwerpunktorde und Attraktionen bzw. auch der „Eingangstore“ zu den besonderen Natur- und Kulturlandschaften im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa über den **öffentlichen Personennahverkehr**, ist von zentraler Bedeutung für Tagesausflüge und Kurzreisen. Im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa gibt es Teilregionen, in denen diese Erreichbarkeit bis zur „letzten Meile“ mittlerweile bestens gewährleistet ist. Allerdings gibt es auch noch Lücken, wenn Touristen nicht zu den für sie relevanten Zeiten (Wochenenden) mittels ÖPNV an relevante Orte und wieder zurück (auch mal abends) kommen können.

Außerdem geht es in diesem Handlungsfeld um die Sicherung und Pflege der mit hohem Aufwand geschaffenen touristischen **Radwege**, die das touristische Kernangebot des Landkreises Spree-Neiße sind und die als „Premium-Angebot“ im Radtourismus weiter etabliert werden sollen. Zusätzlich zu den Radwegen sollen in ausgewählten und dafür besonders geeigneten Teilräumen auch Wander- und Spazierwege geschaffen und Reitwege weiterentwickelt und in das touristischen Angebote integriert werden.

Tabelle 7: Maßnahmen Handlungsfeld A „Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
A1	Premium Radwegenetz 2.0	x	x			+++	X	x	
A2	Ganzheitliches Mobilitätskonzept des Landkreises Spree-Neiße	x		x		+++	X	x	

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
A3	Neue Leuchtturmprojekte / Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für weitere Entwicklung		x		x	+++	X	x	x
A4	Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche, Ortsbildentwicklung	x	x		x	+++	X	x	
A5	Umsetzung Konzepte Wassertourismus		x			++		x	
A6	(teilräumlich) Ausbau der Wanderwege, Reitwege		x		x	++		x	x
A7	Museen SPN 3.0 / Weiterentwicklung Museumsnetzwerk SPN	x	x			+++	X	x	x

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld A „Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität“ werden nachfolgend beschrieben.

4.2.1 A1 Premium Radwegenetz 2.0

A1 Premium Radwegenetz 2.0

Ziele

Radtourismus hat seit Jahren starken Zulauf, der durch das e-Bike noch einmal deutlich verstärkt wird. Er wird auch künftig das zentrale touristische Angebot im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sein. Hier gibt es eines der dichtesten Radwegenetze im Land Brandenburg. Vor allem in die vielen überregional bedeutsamen Radfernwege, aber auch in die komfortable Knotenpunktwegweisung ist investiert worden. Radtouristische Infrastrukturen, Angebote und Vermarktung sind aber fast überall im Land Brandenburg und auch in den Nachbarländern geschaffen worden. Die Erwartungen der Radfahrer im Hinblick auf die Wege, die Erlebnispunkte entlang der Strecken, Rad- und e-Bike-Serviceangebote, radfreundliche Unterkünfte etc. sind entsprechend gewachsen. Heute kann es nicht mehr darum gehen, sich um Basis-Angebote für Radfahrer zu kümmern – heute muss der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa Premium-Qualität für Radtouristen bieten, um seinen Wettbewerbsvorteil zu verteidigen. Dies gilt sowohl für das Radwegenetz als auch für die flankierende Angebote entlang der Routen (→ Projekt B1), herausragende Radevents (→ Projekt C6) und die beste Kommunikation der radtouristischen Angebote (→ Vermarktung durch die Tourismusverbände, durch die Betriebe und über interaktive Tourenplaner).

Ziele sind:

- ▶ Pflege des gesamten Radwegenetzes
- ▶ durchgängige Qualität für Tourenradfahrer, e-Bike Fahrer und Rennradfahrer sicherstellen, radtouristische Serviceinfrastruktur ergänzen (Versorgung, technischer Service, Sicherheit für e-Bikefahrer)
- ▶ mehr Regionadler mit festem Quartier, die das Netz nutzen und in der Region bleiben (Wertschöpfung)
- ▶ teilträumlich bzw. punktuell Ergänzung von Radwegen, die touristische Highlights, Ausflugsgastbetriebe und Orte verbinden und die geeignet sind, Radfahrer länger vor Ort bzw. in der Region zu halten (→ diese sind bereits mit den Kommunen abgestimmt und die Förderung beantragt)
- ▶ Thema, Kompetenz als Premium-Radregion verdeutlichen, Bekanntheit, Image stärken.

Maßnahmen, Schritte: *(mit Ergebnissen Workshop)*

- ▶ Radwegenetz-Konzept 2.0 mit
 - **Radwegeunterhaltung:** permanente Erfassen baulicher Mängel, Sanierungsbedarfe (gegenwärtig läuft eine umfassende Sanierungsmaßnahme der RFW in einem Umfang von 18 Millionen EUR). **Danach ständige Kontrolle und Pflege durch zentrale Anlaufstelle** (Unterhaltungsmanagement beim Landkreis, gemäß Vereinbarung zwischen Orten und Landkreis)
 - **Punktuelle Ergänzung von Radwegen, u. a.**
 - Lückenschluss bei der Route Westumfahrung Cottbus/Chósebuz zwischen Spree-wald und Lausitzer Seenland im Bereich Drebkau/Drjowk/Spremberg/Grodok - wegen Tagebau Umweg
 - Radweg Sorbische Impressionen/Serbske impresije mit Leben füllen, inszenieren

A1 Premium Radwegenetz 2.0

- Heinersbrück (Radweg als Kompensationsmaßnahme in Zusammenhang mit dem Bau der Müllverbrennungsanlage am Kraftwerk Jänschwalde/Janšojce, Betrieb ab 2024)
- Konzept zu künftiger Information und Beschilderung in den Orten: Ansprache über Schilder, Infotafeln, Gastronomiehinweise, Beschilderung Sehenswürdigkeiten
- dichtes Netz von e-Bike Ladestationen (Gastgewerbe, Kultur-, Freizeiteinrichtungen, Tankstellen, Supermärkte, öffentliche Einrichtungen)
- Ausbau Fahrradboxen für Räder, Gepäck
- Verdichtung Service-Infos, Werkstätten
- Ergänzung (einheitliche, gebrandete) Schutzhütten, Picknickplätze
- weitere radfahrerfreundliche zertifizierte Bett+Bike Betriebe (→ Projekt E1)
- Marketing verstärken für Ziele am Weg
- digitale mobile Informationen (digitale Touchpoints (→ Projekt D1, F1, F2)
- WLAN-Hotspots unterwegs (Gastbetriebe, Attraktionen, ggf. Ortskerne)
- Vermarktung, „Storytelling“ zu den gebietspezifischen Themenradwegen, die die Geschichte der Region erzählen (z. B. im UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen zu den Themen Geologie, Altbergbau, Glas).
- Neue Wege bzw. Instrumente entwickeln, um Gästen (und Einheimische) über radtouristisch relevante Baustellen-, Umleitungsinformationen zu informieren

4.2.2 A2 Ganzheitliches Mobilitätskonzept Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa

A2 Ganzheitliches Mobilitätskonzept des Landkreises Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa
<p>In ländlich geprägten, dünn besiedelten Räumen mit negativen Alterungs- und Bevölkerungsprognosen wie dem Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja- ist Mobilität ein Muss für die weitere Wirtschafts- und Bevölkerungsentwicklung. Die Landkreise Spree-Neiße und Oberspreewald-Lausitz bilden gemeinsam eine der 18 Modellregionen „Langfristige Sicherung von Versorgung und Mobilität in ländlichen Räumen“ im Land Brandenburg¹¹, die hier gemeinsame Lösungen entwickeln.</p> <p>Die optimale Erreichbarkeit der Orte, aber auch der „Einstiegstore“ in die Landschaften, ist dabei aber nicht nur eine Grundvoraussetzung für die Daseinsvorsorge, sondern auch für Tourismus und Naherholung. Übernachtungsgäste, vor allem aber auch Tagesgäste, die zu viel Zeit für die An- und Abreise zum und vom Zielort benötigen oder aufgrund fehlender Tagesrandangebote auf der „letzte Meile“ komplett „stranden“, werden danach auf besser angebundene Regionen ausweichen. Umso wichtiger wird ein ganzheitliches Mobilitätskonzept mit konventionellen und flexiblen fahrplan- und haltestellenunabhängigen Mobilitätsangeboten für alle Nutzer- und touristischen Zielgruppen.</p> <p>Im aktuellen Nahverkehrsplan des Landkreises Spree-Neiße wurden erste Erkenntnisse der Modellregion bereits berücksichtigt. Nun muss es darum gehen, bei der Sicherstellung der Mobilität im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bzw. in der Modellregion Spree-Neiße und Oberspreewald-Lausitz noch stärker als bisher die touristischen Anforderungen einzubringen (Hauptziel: „Sicherstellung der Erreichbarkeit zwischen den zentralen Orten“, aber auch „ggf. Anbindung weiterer wirtschaftlicher oder touristischer Schwerpunkte an die zentralen Orte“¹². Aus dem „gegebenenfalls“ wird eine konkrete Aufgabe für das Tourismuskonzept, nämlich diese touristischen Schwerpunkte zu benennen und in die Mobilitätsplanung des Landkreises bzw. der Verkehrsgesellschaften einzubringen.</p> <p>Ziele (für das Tourismuskonzept Spree-Neiße)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ noch bessere Anbindung touristischer Schwerpunkorte und Attraktionen; nachfrageabhängige, touristisch relevante Mobilitätsangebote, auch „besondere Mobilitätsangebote“ ▶ Mehr Zufriedenheit der Gäste und Einheimischen mit dem ÖPNV-Angebot <p>Maßnahmen, Schritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung Zielkatalog (Anforderungen touristische Verkehre, touristische Ziele) ▶ Projektgruppe Tourismus mit Vertretern des Landkreises, der Verkehrsgesellschaften, der Tourismusverbände und touristischen Schwerpunkorte, Mitarbeit an den Fortschreibungen des Nahverkehrsplans des Landkreises bzw. der Modellregion (s.o.) ▶ Konferenz „Touristische Mobilität“ für den Landkreis SPN (und OSL)

¹¹ Modellregion Spree-Neiße/Oberspreewald-Lausitz Regionsdossier, Ziele – Vorgehen – Ergebnisse 2018, www.modellvorhaben-versorgung-mobilitaet.de.

¹² Zielstandards Hauptverbindungsrelationen SPNV & kommunaler ÖPNV (Netzebene 1): „hochwertige Angebote des SPNV und ÖPNV (Schnellbuscharakter): min. 12 Fahrtenpaare (Mo – Fr, auch an Feiertagen), 60-min-Takt, am Wochenende 6 Fahrten je Tag und Richtung, mindestens jedoch 3 Fahrten. Quelle: www.modellvorhaben-versorgung-mobilitaet.de.

**A2 Ganzheitliches Mobilitätskonzept des Landkreises Spree-Neiße/
Wokrejs Sprjewja-Nysa**

- ▶ Attraktive Zusatzangebote für Radtouristen und Ausflügler (Radtransport, Fahrradmitnahme durch Linienbusse, Fahrradbus als saisonales touristisches Angebot, Angebote Fahrrad Vermietung, e-Bikes an den touristischen Zielorten, Ladeinfrastruktur für Fahrräder und PKW an touristische frequentierten Standorten (öffentliche und gewerbliche), Angebote für Gäste mit Handicap)
- ▶ Verbesserte digitale Kommunikation aller Mobilitätsangebote, auch auf touristischen Plattformen
- ▶ Entwicklung neuer „besonderer Mobilitätsangebote“: z. B.
 - Projekt einer e-Bahn „Karpfen-Express“ zur Erschließung des ansonsten nicht zugänglichen Betriebsgeländes der Teichgut Peitz/Picnjo GmbH
 - Pedelec-Vermietung zur Achsenbildung Lausitzer Seenland - Spreewald (Geschwindigkeit bis 45 km/h, im Straßenverkehr).

4.2.3 A3. Neue Leuchtturmprojekte / Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung

A3. Neue Leuchtturmprojekte, Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung

Neben der Weiterentwicklung der Basis-Infrastruktur und noch besseren Zugängen zu den landschaftlichen Highlights sollen **neue Attraktionen mit Leuchtturmcharakter** entstehen, insbesondere im Bereich Freizeit. Bestehende Attraktionen und Einrichtungen in den Themenfeldern **Freizeit, Sorbische/wendische Kultur, Bergbaufolgelandschaften** und **Industriekultur** sollen so weiter entwickelt werden, dass dort die Attraktivität zunimmt, die Aufenthaltsdauer steigt, sich das Einzugsgebiet vergrößert und parallel ergänzende Angebote hinzukommen wie Gastronomie, Beherbergung, touristische Dienstleistungen. So werden **bestehende Potenzialstandorte zu echten touristischen Kristallisationspunkten aufgewertet**. Hier wird geprüft, welche touristischen Infrastrukturen in diesem Zusammenhang noch zu entwickeln sind und welche ergänzenden Angebote (thematische, möglichst gewerbliche Cluster) sinnvoll sind, um weitere Reiseanlässe zu schaffen bzw. die Aufenthaltszeit und die Wertschöpfung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa zu erhöhen.

Ziele (für alle Leuchtturmprojekte)

- ▶ weitere Besuchsanlässe, Verlängerung der Aufenthaltsdauer (Impulse für zusätzliche Übernachtungen), zusätzliche überregionale Gäste, mehr Wiederholungsbesucher
- ▶ Bekanntheit steigern und Image profilieren dank attraktiver und auch medienwirksamer Angebote
- ▶ Sicherung und Ausbau bestehender Standorte, Arbeitsplätze, Wertschöpfung

Nachfolgend sind neue Leuchtturm-Projekte bzw. zu Leuchttürmen auszubauende Attraktionen aufgeführt (Hinweis: Diese Aufzählung ist nicht abschließend, sondern kann weiter ergänzt werden):

A3.1 Erlebniswelt Peitz/Picnjo, touristische Erschließung, touristische Nutzungen

Die Ursprünge der Fischerei in Peitz/Picnjo reichen bis ins 16. Jahrhundert zurück. Damals entstand am Rande der Festung Peitz/Picnjo das größte zusammenhängende Teichgebiet Deutschlands auf mehr als 1.500 ha Fläche. Auch heute noch gehört die Peitzer Teichwirtschaft zu den bedeutendsten Karpfenzuchtbetrieben im Land Brandenburg. Die Teiche sind ein beliebtes Ausflugsziel (v. a. zu den Teichführungen, dem Fischerfest in Peitz/Picnjo oder zum traditionellen Abfischen). Sie sollen für Tourismus und Naherholung aber noch besser erschlossen werden (ohne den Fischereibetrieb zu stören und unter Berücksichtigung des Naturschutzgebiet-Status (NSG Peitz Teiche mit dem Teichgebiet Bärenbrück und Laßzinswiesen).



A3. Neue Leuchtturmprojekte, Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung

Aktuell (im Rahmen des Strukturwandels) sind an den Teichen u. a. geplant (öffentliches und privates Investment):

- ▶ **Weiterentwicklung des Eisenhütten- und Fischereimuseums Peitz/Picnjo, das heute schon durch Audioguides und Panorama 3D-Filmanimation mit VR-Brillen Vorbild für zeitgemäße und attraktive Wissensvermittlung ist.**
- ▶ Touristische Nutzung der ehemaligen Stabhammerhütte und des Produktenmagazins auf dem Denkmalareal Hüttenwerk Peitz an den Teichen (dazu Nutzungs- und Bewirtschaftungskonzepte)
- ▶ Erstellung eines digitalen Wegeleitsystems für das Hüttenwerk und das Teichgebiet (Teichlehrpfad)
- ▶ e-Bahn „Karpfen-Express“ zur Erschließung des ansonsten nicht zugänglichen Betriebsgeländes der Teichgut Peitz/Picnjo GmbH
- ▶ Wasserspielplatz als Miniaturteichgebiet für Familien mit Kindern, für die Einheimischen (am Hammergraben, südlich Vogelgarten)
- ▶ Umbau des alten denkmalgeschützten Bahnobjektes Peitz/Picnjo-Ost zum Beherbergungsbetrieb an den Peitzer Teichen (ca. 20 DZ) mit Sauna, Wellnessbereich, Gastronomie, Unterstellmöglichkeiten für Fahrräder, Wohnmobilstellplatzes
- ▶ Schule im Grünen: Erlebnisstandort im Teichgebiet durch Umbau vorhandener Gebäude zum teichwirtschaftlichen Informations- und Schulungszentrum für Kinder, Jugendliche.

Eine weitere touristisch aussichtsreiche und vertiefend zu prüfende Idee ist:

- ▶ Aussichtsturm oder (fest verankertes) Fesselballon-Angebot, um die besondere Aussicht von oben auf die Teiche zu bieten.

Außerdem ist in der Stadt Peitz/Picnjo der **Umbau der denkmalgeschützten „Alten Molke-
rei“** zum Beherbergungsbetrieb (30 DZ) und Erlebnisgastronomie und Parkplätzen geplant. Auch dieses Projekt würde den Gesamtstandort stärken (privatwirtschaftliches Investment).

Hinweis: Zur Weiterentwicklung des Erlebnisparks Teichland/Gatojce → Projekt B8

A3.2 Erlebnisswelt Tagebau Welzow/Wjelcej: Besucherzentrum excursio und Archäotechnisches Zentrum Welzow (ATZ)

In Welzow/Wjelcej sind mit dem Besucherzentrum excursio und dem Archäotechnischen Zentrum Welzow (ATZ) zwei attraktive Besucherattraktionen entstanden, die das Thema Bergbau aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten.

- ▶ Das durch den Bergbautourismus-Verein „Stadt Welzow“ e.V. betriebene Besucherzentrum **excursio** bietet besondere Touren mit dem Mannschaftstransportwagen oder Geländewagen, Quad oder Fahrrad zu den faszinierenden Großgeräten, zu Fuß in die bizarre Tagebaulandschaft oder durch kulturelle Veranstaltungen am Tagebaurand. Das "Zentrum für Kultur und Tourismus am aktiven Tagebau" im ehemaligen Bahnhof Welzow gibt es seit 2010, dank der konstruktiven Kooperation zwischen der Stadt Welzow, Vattenfall Europe Mining und dem Bergbautourismus-Verein "Stadt Welzow" e.V.

A3. Neue Leuchtturmprojekte, Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung

- ▶ Das **Archäotechnische Zentrum Welzow (ATZ)** unterstützt die archäologischen Ausgrabungen des Brandenburgischen Landesamtes für Denkmalpflege und Archäologisches Landesmuseum in den Tagebauen und dokumentiert die Arbeit der Archäologen in der Region. Neben der Präsentation der Ausgrabungen in den drei aktiven Braunkohletagebauen der Niederlausitz wird durch die Vermittlung des **Themas „Mensch – Holz – Archäologie“** die enge Verflechtung der Kulturgeschichte der Region mit dem Naturprodukt Holz thematisiert und der Kreislauf zwischen Jahrtausendealter Kulturlandschaft, Energiegewinnung und neu entstehender Landschaft dargestellt. Es gibt dazu ein breites, attraktives Ausstellungs-, Führungs- und Veranstaltungsangebot für Gäste und die Einwohner der Region (in 2019 rund 12.000 Besucher und Programmteilnehmer).



Weiteres wichtiges Thema ist die **Archäotechnik**, die Beschäftigung mit den Arbeitsprozessen und Kenntnissen unserer Vorfahren. Insofern erfüllt

das ATZ nicht nur besondere Funktionen als außerschulischer Bildungs- und Erlebnisort für Gäste und Einheimische, einheimische Kinder und Jugendliche, Menschen mit Behinderungen, sowie Erwachsene, sondern gibt auch Impulse zum Thema Handwerk bzw. Berufswahl.

Wichtige Maßnahmen sind:

- ▶ **Übernachtungs- und Serviceeinrichtungen ausbauen** (im Sinne eines touristischen Clusterangebotes): Das ATZ bietet eine sehr gute, interaktive Ausstellung zum Anfassen, einen großen gestalteten Außenbereich zum Lernen, Spielen und Arbeiten, die zu einem möglichst mehrtägigen Besuch einladen. Schon heute gibt es Kooperationen mit Beherbergungsangeboten in Welzow und in den Nachbarkommunen, um auch mehr Gruppen dem weiteren Umfeld, insbesondere auch aus Berlin anzuziehen. Das ATZ verfügt über drei Tipi-Zelte. Die Überlegung ist, dieses besondere Angebot zu stärken: mit wertigen Tipis auf festen Podesten und mit entsprechender Ausstattung sowie Räumen für Sanitär und Gemeinschaftsküche. Durch ein neues Beherbergungsangebot können die Besuchergruppen im Rahmen eines längeren Aufenthaltes dann auch besser die Angebote des Besucherzentrums excursio und weiterer touristischer Angebote im Umfeld in Anspruch nehmen.
- ▶ **Betrieb absichern:** Aufgrund der herausragenden Bedeutung als Kultur-, Lern- und Erlebnisort ist es von größter Bedeutung, dass der laufende Betrieb des ATZ finanziell abgesichert wird. Die Einrichtung erhält eine institutionelle Förderung für Museen im Landkreis Spree-Neiße, erwirtschaftet über die Projekte, Führungen, Veranstaltungen nicht unerhebliche wirtschaftliche Beiträge und wird derzeit auch noch von dem Bergbautreibenden in Welzow unterstützt. Für die Zukunft ist jedoch die Finanzierung des gesellschaftlich wünschenswerten und touristisch wirksamen Betriebes nicht gesichert.

A3. Neue Leuchtturmprojekte, Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für die weitere Entwicklung

Beide Besucherattraktionen wirken mit ihren sanierten Gebäuden und gepflegten Außenbereichen im Übrigen auch sehr positiv auf das Ortsbild und tragen so auch zu einer weiteren Verbesserung der Lebensqualität in Welzow bei.

A3.4 Confiserie Felicitas und SchokoLadenLand Hornow

In Hornow werden seit 1992 frische Pralinen und ausgefallene Schokoladenspezialitäten aus bester belgischer Schokolade hergestellt. In den letzten Jahren hat sich die Schokoladenfabrik dank der – auch touristisch relevanten - Erlebnisangebote zu einem Besuchermagneten entwickelt: Mitmach-Schauwerkstatt, Pralinenseminare, Führungen, Shop/Werksverkauf, Café mit eigener Konditorei, Streichelzoo, Spielplatz und Spielwiese. Es gibt einen Schulungsraum in der Felicitas Erlebnisscheune, wo Seminare zu den Themen Kakao, gesunde Ernährung und das Leben auf dem Land angeboten werden. Die Programme richten sich vor allem Schulklassen, Vereine, Firmen und Reisegruppen.

Aufgrund der schon heute hohen Attraktivität des Gesamtensembles kann hier ein Beherbergungsangebot entstehen und so am Standort für längere Aufenthalte und auch mehr Seminare sorgen, z. B. ein Schokoladen-Boutique Hotel (→ Bsp. Schokoladenhotel Voss Westerstede) oder ein modernes Schokoladen-Gruppenhaus für Familien und Programmteilnehmer. Auch weitere thematisch und hinsichtlich der Zielgruppen passende Freizeitangebote im Außenbereich oder im Umfeld sind denkbar (Spielen für Kinder, Aktivangebote für Familien wie thematisierte Adventuregolfanlage).

Oben beispielhaft aufgeführt sind vor allem Leuchtturmprojekte und Attraktionen, die auch besondere öffentliche Infrastrukturmaßnahmen und finanzielles Engagement erfordern.

Zusätzlich sind **diese Projekte bereits als Leitprojekte und damit auch als Leuchtturmprojekte definiert** und beschreiben:

- **Hafenentwicklung Neuendorf** (Teichland/Gatojce), Cottbuser Ostsee (→ L6)
- **Geopark-Infozentrum Muskauer Faltenbogen Alte Ziegelei Klein Közig** (→ L5)
- **Ostdeutscher Rosengarten Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca)** (u. a. Wahrnehmung/Vermarktung, Bespielung, aber auch ergänzende gewerbliche Angebote zum Thema Rosen (→ L8)

Hinzu kommen außerdem die Weiterentwicklung oder auch Neuansiedlung **gewerblicher indoor- und outdoor Freizeit- und Besucherattraktionen oder auch neue Beherbergungsangebote mit besonderen Zusatzangeboten** und hoher Eigenattraktivität.

Diese Projekte sind hier beschrieben:

- **Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee** (→ L3)
- Freizeit- und Besucherattraktionen indoor und Outdoor (→ B2)
- Erlebnisbauernhof / Erlebniseinkauf (→ B4)
- Erlebnispark Teichland/Gatojce (→ B8)
- Neue Beherbergungsbetriebe (→ B7)

Auch diese Angebote können zu besonderen touristischen Kristallisationspunkten werden.

4.2.4 A4 Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche, Ortsbildentwicklung

A4 Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche

Ortsbilder müssen regionaltypisch, historische Elemente betonend und in sich stimmig sein, damit sie von Touristen als attraktiv, besuchenswert und authentisch empfunden werden. Wichtig sind auch Aufenthaltsbereiche wie Plätze, Grünanlagen, Brunnen etc., die Aufenthaltsqualität bieten und zum Verweilen einladen. Dies führt dann insgesamt zu höheren Aufenthaltsdauern in diesen örtlichen Bereichen. Es gibt schon viele schöne, gepflegte Orte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, aber die Ortsbilder sind noch nicht durchgängig attraktiv. Auch gibt es Orte, die zwar in ihr Ortsbild und ihre Infrastruktur investiert haben, denen jedoch die lebendige Atmosphäre fehlt und wo deshalb auch die Ansiedlungsattraktivität für Einzelhandelsbetriebe oder Gastbetriebe leidet.

Ziele

- ▶ regional authentische, attraktive, gepflegte, erinnerungswürdige Ortsbilder mit hoher Aufenthaltsqualität weiter entwickeln, vor allem in den touristisch relevanten Orten (aber auch die übrigen, touristisch weniger relevanten Orte im Landkreis sollen hier zum positiven Gesamtbild der Region beitragen). Attraktive Aufenthaltsbereiche fördern auch generell den Austausch der Menschen untereinander.
- ▶ öffentlich und privat getragene touristische Anlagen hinsichtlich Attraktivität und Wirtschaftlichkeit sichern; Standortbedingungen für die Ansiedlung neuer gewerblicher Betriebe fördern
- ▶ Image verbessern
- ▶ Lebensqualität für die Einheimischen steigern

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Aufenthaltsqualität in den Orten** verbessern:
 - sichtbare, erkennbare, erlebbare Mitte schaffen
 - attraktive zentrale Aufenthaltsbereiche entwickeln wie Marktplätze, Häfen, Promenaden, Parks (Beispiel Guben im Bereich der Neiße)
 - Gestaltung der Plätze zu Kommunikationsorten, zum Schauen, Verweilen
 - passendes Stadtmobiliar installieren
 - Fassaden angemessen gestalten (Farben, Materialien)
 - Außengastronomie entwickeln (insbesondere an Plätzen, Frequenzbereichen, am Wasser)
 - Beleuchtung als Inszenierungsmittel nutzen (historische Bauwerke, Brücken etc. betonen)
 - Spielplätze integrieren
 - Erlebbarkeit profilbildender, touristischer bzw. identitätsstiftender Themen steigern über Themenrundränge, Informationstafeln (mit QR-Code für weiterführende Online-Informationen).
- ▶ Dazu **Leitfaden** konzipieren und umsetzen mit Best Practises, Kosten-Nutzen-Überlegungen, Anforderungen, Trends, Finanzierungsmöglichkeiten, Informationen zu Fördermitteln

A4 Attraktivierung zentraler Aufenthaltsbereiche

(für die Orte im gesamten Landkreis), Veranstaltung von **Zukunftswerkstätten „Erlebnisraumdesign“**, gemeinsam mit Stadt- und Landschaftsplanern, Architekten, Kammern, Verwaltungen, ILB.

- ▶ Einbringen in die Stadt-/Orts-/Dorfentwicklungskonzepte, Entwicklung von Anlagen- und Nutzungskonzepten, Machbarkeitsstudien (Infrastruktur, Hardware) in und durch die jeweiligen Orte.
- ▶ Projekte im Rahmen Strukturwandel definieren, Fördermittelzugänge prüfen.

4.2.5 A5 Umsetzung Konzepte Wassertourismus

A5 Umsetzung Konzepte Wassertourismus

Die bestehenden Seen und die Flüsse sind schon heute attraktive wassertouristische Reviere im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, deren Potenziale nach wie vor noch nicht ausgeschöpft sind. Mit der Entwicklung des Cottbuser Ostsees wird künftig an weiteren Standorten im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa Wassersport bzw. Wassertourismus möglich sein. Gleichzeitig wird zwischen den neuen Seen bzw. Seenlandschaften im Landkreis, in den Nachbarlandkreisen bzw. auch im Freistaat Sachsen ein stärkerer Wettbewerb um Touristen und Naherholer entstehen. Umso wichtiger ist es, die in den Masterplänen und Machbarkeitsstudien bereits vielfach formulierten Profilierungsansätze über entsprechende infrastrukturelle und betriebliche Angebote und die künftige Vermarktung in die Tat umzusetzen. Nicht jeder Standort wird alle Zielgruppen ansprechen, sondern spezielle Themen bedienen (v. a. Sport & Freizeit versus Natur & Ruhe, Boottourismus vs. Muskelbetriebener Wassersport, Fahrgast-schiffahrt).

Es gibt bereits eine Reihe von Konzepten und Masterplänen zur wassertouristischen Entwicklung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa mit konkreten Projektideen bzw. ersten Planungen, die nun aber teilweise aktualisiert und vertiefend ausgearbeitet werden müssen, um in die nächsten Planungs- und Genehmigungsphasen eintreten und gezielt Investoren und Betreiber gewinnen zu können.

Ziele

- ▶ Flüsse, Seen gezielt für den Tourismus nutzen, Naherholung am Wasser stärken
- ▶ Neue Zielgruppen, Lifestylegruppen gewinnen
- ▶ Steigerung der Lebensqualität der Einheimischen

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Fortschreibung der Konzepte und Masterpläne (Spree, Neiße, Klinger See, Gräbendorfer See etc.), Gesamtbetrachtung Entwicklung Flüsse und Seen, vertiefende Ausarbeitung der Projekte, Potenzial- und Machbarkeitsuntersuchungen, Prüfung und Anträge Fördermittel bzw. Strukturwandel-Mittel, Ansprache Investoren und Betreiber
 - Masterplan naturverträglicher Wassertourismus Spree-Spreewald mit Leitbild Naturverträglicher Kanutourismus (Project M, 2012, Evaluierung und Fortschreibung für 2020 geplant)
 - Konzept / Konferenz zur wassertouristischen Erschließung der Lausitzer Neiße in Brandenburg und Polen, Februar 2015
 - Potenzialstudie Cottbuser Ostsee, Dezember 2016, Project M / TOPOS Stadtplanung Landschaftsplanung, Stadtforschung und die dazugehörige Vertiefung für die touristische Erschließung Gemeinde Teichland/Gatojce Ortsteil Neuendorf vom Mauster See über Hafen bis zum Oststrand, Juni 2016
 - Nutzungskonzept Klinger See, Amt Döbern-Land Gemeinde Wiesengrund/Łukojce, November 2013, INGBA Ingenieurgesellschaft Bau/Ausrüstung mbH
- ▶ Entwicklung neuer Konzepte bzw. Berücksichtigung Gewässer in künftigen Entwicklungskonzepten: z. B. touristische Nutzung der renaturierten Spreeaue bei Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow bzw. auf der Achse zwischen Cottbus/Chóšebuz und Burg (Spree-wald)/Bórkowy (Blota).

A5 Umsetzung Konzepte Wassertourismus

Bei der Projektentwicklung zu berücksichtigen:

- ▶ **Ausbau der uferseitigen Infrastrukturen und Angebote:**
 - Zuwegungen zu den Einstiegsstellen
 - Parkplätze
 - Räumung Hindernisse bzw. Brückenreste im Flussbett der Neiße (Forst (Lausitz)/ Barsc (Luzyca), Guben)
 - Schaffung Spielplätze an den Uferwegen, Promenaden, besondere Ausblicke auf das Wasser (Plattformen, Balkone), attraktive Aufenthaltsbereiche, Sitzmöbel, Fahrradabstellanlagen, Schutzhütten etc.
 - Ausbau der Campingplätze, Wohnmobilstellplätze am Wasser, neue Beherbergungsangebote am Wasser und auf dem Wasser (Hausboote)
 - Mehr, qualifizierte „Paddel + Pedal“ Angebote
 - Ausbau der Gastronomie an den Seen und Flüssen, auch temporäre, mobile Angebote an Hotspots (z. B. über Foodtrucks), z. B. in Guben im Bereich des neu gestalteten Neißeufers
- ▶ Konzept zur Vermarktung der (neuen) wasserseitigen Angebote bzw. Integration in die Vermarktung des Destinationsorganisationen und der TMB
- ▶ Kooperation mit Polen bei Angebotsentwicklung, Vermarktung, Vernetzung der Betriebe

4.2.6 A6 (Teilräumlich) Ausbau der Wanderwege, Reitwege

A6 (teilräumlich) Ausbau der Wanderwege, Reitwege

Der Radtourismus ist und bleibt das touristische Kernthema im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. Allerdings gibt es teilräumlich auch Landschaftsräume, die sich in besonderer Weise zum Wandern oder Spaziergehen eignen. Dies ist für Gäste wie Einheimische gleichermaßen attraktiv. Hier geht es eher um kürzere Wanderwege oder „Schleifen“, die durch besondere Landschafts- bzw. Naturhighlights, außergewöhnliche Ausblicke oder auch eine besondere Thematisierung gekennzeichnet sind und die mit entsprechenden gewerblichen Angeboten kombiniert werden (Gastgewerbe, besondere Themenführungen o.ä.). Es gilt, auch diese Wege zu identifizieren und zu qualifizieren (und ggf. auch zu zertifizieren, Deutscher Wanderverband) um so die Aufenthaltsgestaltung für Gäste attraktiver zu machen.

Neben Wanderwegen sollen auch Reitwege teilräumlich ausgebaut bzw. attraktiviert werden.

Ziele

- ▶ Basisangebote für Gäste und Einheimische im Bereich (Kurz-)Wandern weiterentwickeln
- ▶ Im Bereich Wandern Nischen besetzen (Familien, Kulturinteressierte, Kulinarische Wanderungen etc.)
- ▶ Gäste länger vor Ort halten

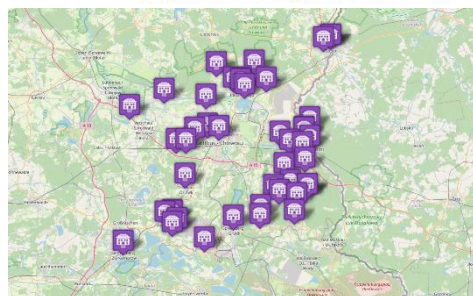
Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Wanderwegekonzept Spree-Neiße-Kreis:**
 - teilräumlicher Ausbau Wanderwege (Rundwege, kleine Schleifen)
 - Themenwanderwege initiieren, dabei auch Möglichkeiten der Zertifizierung durch den Deutschen Wanderverband prüfen: z. B.
 - „Traumtour - rundum gut“ (echte Naturhighlights, beste Wegeausstattung)
 - „Regionaler Genuss - kulinarisch wandern
 - „Naturvergnügen - aktiv Natur erleben“
 - „Kulturerlebnis - Kultur am Wegesrand“
 - „Familienspaß - gemeinsam mit Spaß wandern“
 - Wanderwege ausbauen, Wanderwegpflege, Startplätze
 - Möblierung, Schutzhütten
 - Wegebeschilderung und Beschilderung zu Sehenswürdigkeiten, Infotafeln
 - Besondere Ausblicke, Aussichtspunkte, kleinere Attraktionen an den Wegen
 - Themen-, Erlebnisführungen (z. B. „Wolfstouren“, sorbische/wendische Kultur, Bergbau, Geologie, Glas)
 - Gastronomie an den Wegen ausbauen, Grundversorgung auch über neue Konzepte wie Hütten, SB-Automaten
 - Vermarktung der Wanderwege und geführten Touren über bestehende Kanäle (Tourismusverbände, Tourist-Informationen, Betriebe)
- ▶ **Teilräumlich Ausbau von Reitwegen** (z. B. in Drebkau/Drjowk), Bedarf ermitteln
- ▶ **Möglichkeit eines Wanderführer-, Geopark-Führer bzw. Gästeführer-Netzwerkes** prüfen: Bündelung der Angebote bzw. individuellen Profile (auch als Empfehlungsinstrument für die Tourismusstellen und Gastbetriebe), gemeinsame inhaltliche Arbeit an neuen Themen.

4.2.7 A7 Museen SPN 3.0 / Weiterentwicklung Museumsnetzwerk SPN

A7 Museen SPN 3.0

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ist geprägt durch das historische Siedlungsgebiet der Sorben/Wenden, den Bergbau, frühere Standorte der Textilindustrie und herausragende Natur- und Kulturlandschaften wie den Spreewald und den Muskauer Faltenbogen. Dieses natürliche und kulturelle Erbe wird durch die über 40 musealen Einrichtungen im Landkreis bewahrt und vermittelt und über das Netzwerk „Lausitzer Museenland“ bzw. dessen Internetportal präsentiert. Besonderes Aushängeschild ist die „Museumsnacht im Lausitzer Museenland“.



Es gibt einige Museen im Landkreis mit dem Potenzial für einen touristischen Leuchtturm. Aber auch kleinere Museen haben eine Bedeutung als identitätsstiftende Kultur- und Bildungsangebote für die Einheimischen, für die nachwachsenden Generationen, die es zu erhalten gilt. Allerdings ist bei diesen kleinen Museen aufgrund der fehlenden Ressourcen häufig die Qualität und Weiterentwicklung der Ausstellungen nicht gewährleistet. Auch leiden viele Museen unter fehlenden personellen Ressourcen - viele können nur dank des leidenschaftlichen Ehrenamtes einen Minimalbetrieb sicherstellen.

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa fördert die musealen Einrichtungen¹³ und auch das Netzwerk „Lausitzer Museenland“. Einige Museen erhalten eine institutionelle Förderung (in Guben, Forst (Lausitz)/Baršć (Lužyca), Peitz/Picnjo, Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow, Bloisdorf, Welzow/Wjelcej, Drebkau/Drjowk), andere erhalten auf Antrag Fördermittel z. B. für Betriebskosten, Ausstattung, Ankauf Exponate oder museumspädagogische Projekte, insbesondere mit Kindern, Jugendlichen und Senioren, „sowie zur Förderung der touristischen Attraktivität“. Allerdings müssen die Mittel aktuell jedes Jahr neu beantragt werden, wodurch die Planungssicherheit im Betrieb und auch im Hinblick auf Investitionen in Gebäude und Ausstellungen nicht gewährleistet ist.

Wichtig ist, sich angesichts des veränderten Rezeptionsverhaltens der Gäste auch im Bereich der Museen weiter zu entwickeln und sich auf die Bedürfnisse der touristischen Besucher besonders einzustellen (Öffnungszeiten, Art der Vermittlung, Sichtbarkeit der Angebote).

Ziele

- ▶ Kulturangebot und Heimatgeschichte sichern
- ▶ bessere Sichtbarkeit der Museen in der Öffentlichkeit
- ▶ durchgängig hohe Qualität erreichen, zuverlässige Öffnungszeiten
- ▶ längere Aufenthaltszeit, Anlässe für Wiederholungsbesuche schaffen
- ▶ breite Zielgruppenansprache, generationenübergreifend, für Gäste und Einheimische, für Einzelgäste und (Bildungs-)Gruppen

¹³ www.lausitzer-museenland.de/antrag-zur-foerderung-musealer-einrichtungen-im-landkreis-spree-neisse/

A7 Museen SPN 3.0

- ▶ sorbische/wendische-Kultur erlebbar machen: u. a. Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow mit Sary Lud (→ A3 Neue Leuchtturmprojekte / Kristallisationspunkte), sorbische/wendisches Museum Jänschwalde/Janšojce/Janšojce, Niederlausitzer Heidemuseum im Schloss Spremberg
- ▶ Industriekultur, z. B. Textilindustrie erlebbar machen (Textilmuseum Forst (Lausitz)/ Baršć (Łužyca)
- ▶ Strukturwandel nutzen

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Weiterentwicklung der Museen** (gilt für alle):
 - lebendige Präsentation, Aktionen, Mitmachangebote, Sonderausstellungen, Führungen
 - besondere Inszenierung, Storytelling
 - gute Besucherlenkung, Leitsysteme
 - mehr inhaltliche Spezialisierung bei den Heimatstuben, Arbeitsteilung
 - personelle und finanzielle Ressourcen sichern
 - Gestaltung der Außenbereiche, Fahrradboxen, Parkplätze
 - Gastronomie-, Shop-Angebote ergänzen, wo tragfähig
 - Museen und museale Programme als Baustein in thematische touristische Pakete integrieren, Vernetzung mit den Gastgebern im Umfeld und mit weiteren touristischen Angeboten (bzw. entlang von touristischen Roten bzw. Wegen)
 - Museen zu touristischen Infopunkte machen (Wochenenden abdecken)
- ▶ **Stärkung des Netzwerkes „Lausitzer Museenland“**
 - gemeinsame Treffen aller Museen: mind. 2x im Jahr zum Austausch, Erfahrungen
 - Weiterbildungen
- ▶ **Konkrete Entwicklungsprojekte:**
 - Leitprojekt 3: Weiterentwicklung der Museen Guben und Forst (Lausitz)/Baršć (Łužyca):
 - Projekt A3: Neue Leuchtturmprojekte / Nutzung bestehender Attraktionen als Kristallisationspunkte für weitere Entwicklung: Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow / Sary Lud – u. a. Ergänzung durch ein besonderes thematisches Beherbergungsangebot.

4.3 Projekte Betriebliche Angebote, Tourist-Informationen (Handlungsfeld B.)

Qualitätsvolle gewerbliche Angebote, vorrangig aus den Bereichen Gastgewerbe und Einzelhandel sowie touristische Dienstleistungen (Vermietangebote etc.) an den Radfernwegen, Promenaden, Wanderwegen und an touristischen Attraktionen sind essentielle Erfolgsfaktoren für den Tourismus, an denen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gezielt gearbeitet werden muss. Es geht um die Weiterentwicklung bestehender Angebote und auch um die Entwicklung neuer Betriebskonzepte und die Neuansiedlung von Betrieben. Neben den Angeboten im Gastgewerbe oder auch im Bereich Tagungen sollen auch weitere Freizeit- und Besucherattraktionen und neue Angebote im Bereich „Erlebniseinkauf“ für regionale Produkte entstehen, die wichtig sind, um die Gäste häufiger, länger und möglichst ganzjährig für Aufenthalte in den Reiseregionen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa zu gewinnen.

Die differenzierte Weiterentwicklung der Tourist-Informationen soll ebenfalls im Rahmen einer landkreisweiten Gesamtbetrachtung vorangetrieben werden. Auf der einen Seite gibt es Schwerpunkte wie in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) oder Spremberg/Grodok, an anderen Stellen sind kleine touristische Infopunkte völlig ausreichend wie in Hornow oder Neuhausen (Spree).

Tabelle 8: Maßnahmen Handlungsfeld B „Betriebliche Angebote, Tourist-Information“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
B1	Ausbau Gastgewerbe an den Radwegen (und Wanderwegen)	x	x	x		+++		x	x
B2	Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor	x	x		x	+++		x	x
B3	Weiterentwicklung Tourist-Informationen		x	x		++		x	
B4	Ausbau Erlebniseinkauf		x		x	++		x	
B5	Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte		x		x	++		x	x
B6	Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe		x		x	+++		x	
B7	Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte			x	x	++		x	
B8	Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce				x	+		x	

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld B „Betriebliche Angebote, Tourist-Information“ werden nachfolgend beschrieben:

4.3.1 B1 Ausbau Gastgewerbe an Radwegen (und Wanderwegen)

B1 Ausbau Gastgewerbe an Radwegen (und Wanderwegen), Ausflugs-gastro-Konzept

Eine Premium-Radregion bietet nicht nur optimal ausgebaute Radwege, sondern auch eine flächendeckende, attraktive gastronomische Versorgung für die Radtouristen. Auch die teils räumlich geplanten Wanderwege werden dann erfolgreich etabliert werden können, wenn der Wanderer hier zuverlässig geöffnete Gastronomiebetriebe vorfindet. Mit einem tatsächlich (möglichst) flächendeckenden Angebot sollen die Region gestärkt und die Wertschöpfungspotenziale der Wegeinfrastruktur gehoben werden.

Ziele

- ▶ mehr geöffnete, möglichst flächendeckende Angebote ganzjährig (aktuell zu wenig, es werden ggf. wegen Corona, Nachfolgeproblematik etc. noch weitere wegbrechen), besserer Versorgung der Radtouristen (und Wanderer)
- ▶ hohe Zufriedenheit der Gäste, mehr Wiederholungsbesucher
- ▶ Steigerung der touristischen Wertschöpfung auf Basis der geschaffenen Wegeinfrastruktur

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Zu entwickeln bzw. zu sichern ist ein möglichst kreisweites Ausflugs-gastro-Angebot an den wichtigsten Radwegen (und Wanderwegen), ggf. mit kleinen Abstechern zu nahegelegenen Höfen und Gastbetrieben. Dieses baut auf den bereits bestehenden gewerblichen Angeboten auf und ergänzt diese an neuralgischen Punkten. Nicht überall sind feste, bewirtschaftete Angebote möglich (und nötig). Daher sollen zusätzlich zu den Gastronomiebetrieben Erzeuger regionaler Produkte und deren Höfe, Produktionsstätten und Verkaufsstätten einbezogen werden sowie (wo keine direkte Versorgung möglich ist) oder auch zusätzliche Partner wie Tankstellen, Bäckereien, Metzgereien oder Supermärkte. Auch können punktuell ggf. „Selbstbedienungsangebote“ etabliert werden (z. B. SB-Automaten, die mit Speisen bzw. regionalen Produkten gefüllt sind, SB-Automaten gibt es auch als gekühlte Variante).
- ▶ Neben festen, sind auch temporäre, mobile Lösungen denkbar (Foodtrucks, Picknick-Service, Lunch-Pakete).
- ▶ Zusätzlich sind Radler-, Wanderhütten, Picknick-, Genießerplätze an besonderen Aussichtspunkten etc. wichtig (möglichst Gestaltung mit einheitlichen Elementen).
- ▶ Auch kann das Ausflugs-gastro-Angebot wiederum um weitere touristische Angebote ergänzt werden (z. B. besondere Natur-Beherbergungsangebote, Freizeitangebote etc.), um die Tragfähigkeit am Standort zu erhöhen.
- ▶ Flankierend: Ausbau Ladeinfrastruktur für Fahrräder an touristisch frequentierten Standorten (öffentliche und gewerbliche).

Dazu:

- ▶ Arbeitsgemeinschaft etablieren, Konzept entwickeln, Potenzialanalyse für die Wege, Weiterentwicklung bestehender Standorte prüfen und abstimmen, neue, potenzielle Standorte ermitteln, verfügbare Flächen und ggf. auch wirtschaftliche Machbarkeit prüfen, Leitfaden für potenzielle Investoren/Betreiber erstellen, zentrale Kontaktstelle beim Landkreis
- ▶ Förderung, Unterstützung der Partner prüfen (z. B. der Höfe, die nicht alle ganzjährig arbeiten können), Coaching
- ▶ Angebote in bestehende Karten und POI-Datenbank DAMAS integrieren

B1 Ausbau Gastgewerbe an Radwegen (und Wanderwegen), Ausflugsastro-Konzept

- ▶ Ggf. gemeinsames, einheitliches Branding entwickeln (mit den Tourismusverbänden und Nachbarlandkreisen abstimmen).

4.3.2 B2 Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor

B2 Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor

Die Dichte an Freizeit- und Besucherattraktionen mit besonderer Strahlkraft im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa ist noch nicht ausreichend und es gibt für eine überdurchschnittliche, möglichst ganzjährige Aufmerksamkeit zu wenige wetterunabhängige Indoor-Angebote. Dabei richten sich solche Indoor- und Outdoor Freizeitwelten nicht nur an Tages- und Übernachtungsgäste (und ggf. auch Tagungsgäste), sondern sie sind auch für die Einheimischen wichtig bzw. auf diese als Besucher angewiesen.

Attraktiv, allerdings auch von unterschiedlicher touristischer Relevanz, sind multioptionale Spiel- und Sporteinrichtungen oder auch Themen-Angebote mit einem spezifischen Edutainment-Charakter. Für den wirtschaftlichen Betrieb von größeren Freizeitattraktionen sind geeignete Standorte, beste Anbindung (Autobahnnähe), bevölkerungsstarke Einzugsbereiche (oder auch übernachtungsstarke Tourismusstandorte), ausreichende Fachkräfte u. a. erforderlich sowie Angebote, die möglichst viele, breite Zielgruppen ansprechen und eine hohe Wiederbesuchsrate garantieren. Die Schaffung einer erfolgversprechenden Attraktion ist unter den richtigen Voraussetzungen mit besonderen Marktchancen, aber auch mit erhöhten Marktrisiken verbunden (da Trendangebote häufig auch schnell kopiert werden und dann an Reiz verlieren) und erfordert daher eine sehr sorgfältige Planung - die ist jetzt der nächste Schritt für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Ziele

- ▶ Mehr Freizeitangebote, um Gästen auch für längere Aufenthalte beste Beschäftigung zu bieten, dabei möglichst auch ein, zwei Leuchtturm-Angebote mit Strahlkraft
- ▶ Neue, aufmerksamkeitsstarke Angebote für Familien, Jüngere bzw. Junggebliebene, aber auch für Firmen (im Rahmen von Rahmenprogrammen, Teambuilding, Incentives)
- ▶ Saisonverlängerung durch mehr Indoor-Angebote, Verlängerung der Aufenthaltsdauer
- ▶ Neue Anreize für Wiederholungsbesuche
- ▶ Mehr Gäste, mehr Wertschöpfung, mehr Arbeitsplätze
- ▶ mehr Lebensqualität für Einheimische
- ▶ Image als Ausflugs- und Kurzreiseregion stärken, Bekanntheit erhöhen

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Freizeitanlagenkonzept bzw. Masterplan Freizeitattraktionen Indoor & Outdoor** für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa:
 - Untersuchen der Marktsegmente, des Wettbewerbs, Erfolgsbeispiele, Prüfung von Potenzialen, Standortanforderungen, Vorzugsstandorte.

B2 Entwicklung gewerblicher Freizeit- /Besucherattraktionen Indoor & Outdoor

- Erstellen von Projektskizzen, Prüfung Verfügbarkeit von Flächen (insbesondere in Autobahnnähe, Nähe Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Cottbus/Chóšebuz), Abschätzung Investitionskosten, Entwicklung Finanzierungskonzepte, Prüfung Fördermittelzugänge (Strukturwandel etc.)
- Prüfung genehmigungsrechtlicher Aspekte, Einbindung in Stadtentwicklung, Raumordnung, interkommunale Abstimmung, Beschlüsse Gemeinden
- ▶ Ermittlung bestehender und potenzieller Betreiber, die gezielt angesprochen werden können (Orte in Kooperation mit → L1 Zentrales Ansiedlungsmanagement), Direktansprache, Plattform bei den Landkreisen mit Schnittstellen zu Partnern)
- ▶ Erste Ideen für Indoor Freizeit-/Erlebniswelten (mit Außenbereichen):
 - Thematisierte Indoor-Kletter-/Spielewelt (z. B. Thema Tagebau, Tagebaumaschinen)
 - Trampolinpark
 - Indoor-Soccer
 - Indoorhalle für Skater / Woodward-Halle für BMX-Fahrer, Pumptrack-Halle
 - Challenge Halle / Ninja Warrior Park
 - Wasserrutschenpark indoor, ggf. auch outdoor (mit Bezug zu Cottbuser Ostsee)
 - Indoor Fahrgeschäfte
 - Schmetterlingspark
 - Parcours zum Erleben physikalischer Phänomene, Science-Center, Zukunftsthemen (passend zum Strukturwandel und zur Ansprache Jüngerer)
- ▶ Ideen für Outdoor Freizeit-/Erlebniswelten:
 - Siehe → B8 Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce, → B4 Ausbau Erlebniseinkauf
 - XXL-Themen-Spielplatz mit Flyline/Zipline und Rutschenpark, Adventure-, Fußballgolf

4.3.3 B3 Weiterentwicklung Tourist-Informationen

B3 Weiterentwicklung Tourist-Informationen

Die TMB und das Clustermanagement Tourismus haben im Rahmen des Projektes „Die Zukunft der Tourist-Informationen“ einen Modernisierungsprozess für das Land Brandenburg initiiert. Ein Beispiel ist die neue, gemeinsame Tourist-Information der Stadt Senftenberg und des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland. Neben der baulichen und gestalterischen Weiterentwicklung bietet die neue Tourist-Information vor allem neue digitale und funktionale Möglichkeiten wie beispielsweise eine große Projektionswand für die individuelle Planung touristischer Leistungen. Das Land Brandenburg hat diesen Umbau gefördert.

Auch die „TIs“ im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sollen sich weiterentwickeln und attraktiver, multifunktionaler, digitaler, multimedialer und auch mehrsprachiger werden. Nicht jede Tourist-Information muss ein regionales Besucherinformationszentrum sein, sondern Größe, Leistungsumfang und Ressourcen sollen passend zur touristischen Bedeutung der Orte sein. Während an einigen Standorten „Erlebnis-Stores“ mit dem kompletten Leistungsportfolio mit Gästeinformation, Ticketverkauf, Reservierungen oder Gästeführungen und besonderer Erlebniswelt sinnvoll und wichtig sind (z. B. Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), Spremberg/Grodtk, Peitz/Picnjo, Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca), Guben), sind an anderen Standorten eher kleine, satellitenartige touristische Infostellen ausreichend, mit vorrangig digitalen Angeboten, ergänzenden Print-Angeboten und nur im Bedarfsfalle mit Personal. Diese Infostellen können auch bei Gastbetrieben, Kultur-, Naturbildungs- oder Freizeitangebietern integriert werden. So können z. B. Museen noch stärker mit touristischen Informationen versorgt werden und die Bereiche Kultur und Tourismus bzw. Natur und Tourismus noch stärker miteinander verknüpft werden (→ Projekt L4). *Hinweis: Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa koordiniert aktuell ein Projekt zur flächendeckenden Installation von digitalen Infopunkten bzw. Touchpoints. Es beteiligen sich aktuell sieben von elf Kommunen. Ziel ist es, dass sich möglichst alle Kommunen einbringen (→ Projekt A7).*

Ziele

- ▶ Beste Gästeinformation, Tourist-Informationen zu regionalen Aushängeschildern und „Brand-Stores“ machen
- ▶ Differenzierte Weiterentwicklung der Tourist-Informationen, auch unter Nachfrage- und wirtschaftlichen Gesichtspunkten
- ▶ Mehr Kooperation zwischen den Tourist-Informationen (untereinander, mit Dritten), ggf. auch gemeinsame TIs für mehrere Orte, ergänzende Nutzungen, gemeinsame Services wie telefonische Erreichbarkeit
- ▶ Ergänzung der TI-Ladenlokale durch (digitale) Infopunkte bei Partnern

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Ganzheitliches Konzept für die TI-Standorte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, dazu eine AG Tourist-Info für den Landkreise Spree-Neiße einsetzen (Tourist-Info Varianten bzw. Ausprägungen, Anforderungen, Standorte, Ressourcen, Thematisierung, Aufenthaltsräume etc.)
- ▶ Coaching zu Fördermittelzugängen, Unterstützung bei der Antragstellung
- ▶ Ergänzend um digitale Touchpoints bzw. Infostellen indoor und outdoor (aktuell 90 % Förderung über gemeinsames Projekt im Landkreis Spree-Neiße)

B3 Weiterentwicklung Tourist-Informationen

- ▶ Ansätze und Partner finden, um Museen und Besucherattraktionen mit den Freizeitpark Teichland/Gatojce oder die Confiserie Felicitas stärker als touristische Infopunkte zu nutzen, Modellprojekte entwickeln und umsetzen.
- ▶ Tourist-Informationen mit Entwicklungsbedarf (Auswahl):
 - Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), Weiterentwicklung Gestaltung, Inszenierung
 - Guben (Sichtbarkeit, Anmutung)
 - Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca): Im Stadtmarketingkonzept 2018 Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) verankerte Maßnahme „Neugestaltung Tourist-Information“ + „Digitale Infostelen“

4.3.4 B4 Ausbau Erlebniseinkauf

B4 Ausbau Erlebniseinkauf

Ausflügler und Touristen geben gerne unterwegs Geld für besondere, authentische, lokale bzw. regionale Produkte aus (Souvenirs, Nahrungsmittel, Keramik, Schmuck etc.). Neben vielen kleinen authentischen Hofläden, Werkstätten oder Galerien haben sich auch große „Erlebnishöfe“ etabliert, wie z. B. die Geroldsauer Mühle bei Baden-Baden, die Karl's Erdbeerhöfe bzw. Erlebnisdörfer oder der Spargelhof in Klaistow. Dies sind eigenständige kleine Destinationen mit hoher ganzjähriger Strahlkraft, die viele Zielgruppen ansprechen. Neben der Inszenierung und dem Verkauf der regionalen Produkte z. B. im Rahmen von Erlebnisführungen sind dies heute vor allem Freizeit- und Spielorte, die immer neue Attraktionen entwickeln. Aber auch die Themen Übernachten, Feiern und Tagen können dort bedient werden.

Einige Beispiele für außergewöhnliche Erlebniseinkauf im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sind z. B.

- ▶ **Confiserie Felicitas**, Hornow / OT Stadt Spremberg/Grodk: Gläserne Produktion / Mitmachschauwerkstatt, Shop, Café
- ▶ **Gut Neu Sacro, Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) Erlebnishof**, auf dem die Landwirtschaft hautnah erlebt werden kann. Mit Hofladen zur Vermarktung eigener Erzeugnisse und weitere regionale Produkte aus Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca) und dem Umland. Bistro, Räume für Tagen & Feiern.
- ▶ **Spreeauenhof**: Ausstellung, Streuobstwiese, Veranstaltungsraum, Schau- und Lehmkerrei, Hofladen, Café. *In der benachbarten Spreeaue wurden Auerochsen und Wasserbüffel angesiedelt.*
- ▶ Weitere kleine Anbieter z. B. Jende Posamenten Manufaktur Forst (Lausitz)/Baršć (Łużyca): Handwerk des „Posamentierens“, königlich preußischer Hoflieferant, Rosenrot & Feengrün Marmeladenmanufaktur Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), Manufaktur und Bauerngarten, Märkte, Verkostungen

Ziele

- ▶ Mehr Wertschöpfung im Bereich touristisch orientierter Einzelhandel
- ▶ Verlängerung der Aufenthaltsdauer
- ▶ Stärkung der regionalen Produkte, Imagebildung, Stärkung Regionalbewusstsein
- ▶ Nutzung touristische Einzelhandels- und Erlebnisangebote als Indoor-, Schlechtwetter und Ganzjahresangebot

Maßnahmen, Schritte: Erlebnishöfe, Manufakturen, Genuss-Werkstätten

- ▶ Ausbau bestehender Einrichtungen zu „Erlebnishöfen“, Erlebnis-Manufakturen: z. B. durch das Angebot von (Mitmach-)Führungen, gastronomische Angebote, Führungen zu besonderen Zeiten und Anlässen
- ▶ Ansiedelung einer Besucherattraktion „Erlebnishof“ mit hoher Eigenattraktivität (eigenes, zur Region passendes, thematisches Konzept, in gewisser Anlehnung an die kommerziell optimierten Karls Erdbeerhöfe)
- ▶ Ergänzung Erlebniseinkaufsstätten um Freizeitattraktionen und Veranstaltungen für Familien und Kindern, Großeltern mit Kindern, Radtouristen, Schulklassen
- ▶ Veranstaltung von Märkten, Events mit Bezug zu regionalen Produkten
- ▶ Ergänzung um Locations für Hochzeiten, private Feiern und Tagungen

B4 Ausbau Erlebniseinkauf

- ▶ spezielle Angebote für Schulklassen, Familien mit Kindern
- ▶ „gläserne Produktion“, Schaufensterproduktion
- ▶ Kurse, Workshops zur Herstellung der Produkte bzw. zum Arbeiten an den historischen Maschinen (entsprechende Räume erforderlich)
- ▶ gastronomische Einrichtungen mit Produkten von den Höfen und Manufakturen
- ▶ Beherbergungs-, Gastronomiebetriebe mit Einsatz der regionalen Produkte bzw. Verkauf der Produkte
- ▶ Ggf. Erweiterung, Ausbau der gastronomischen Angebote auf den Höfen (abhängig vom Standort, der Erreichbarkeit, Öffnungszeiten, Lage an frequenzstarken Rad- oder Wanderwegen, Einzugsbereich)
- ▶ Anbieter Erlebniseinkauf in geführte Touren und Tourenvorschläge „auf eigene Faust“ integrieren
- ▶ Vernetzung, Vermarktung und Kooperationen mit den touristischen Akteuren.

4.3.5 B5 Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte

B5 Ausbau und Qualifizierung MICE Tagungsorte

Auch der ländliche Raum hat besondere Potenziale für das Seminar- und Tagungsgeschäft. Die meisten Veranstaltungen sind ohnehin kleinere Veranstaltungen: den größten Anteil der Veranstaltungen im deutschen MICE Markt haben Formate mit bis 50 Personen bzw. bis 100 Personen. Besonders profilierte Betriebe wie Hotels, Schlösser, Gutshäuser, Bauernhöfe oder auch Erlebnismuseen bzw. „Special Locations“ können hier einen außergewöhnlichen Rahmen und auch sehr individuelle Kultur- und Aktivrahmenprogramme bieten.

Aktuell gibt es Tagungsräume in ausgewählten Hotels z. B. in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), aber kaum größere Veranstaltungshallen im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, so dass dieses Geschäft nach Cottbus/Chosebuz (Stadthalle Cottbus/Chóšebuz bis 1.500 Personen) oder die Nachbarlandkreise geht. Die Mehrzweckhalle in Forst (Lausitz)/Baršć (Łužyca) wird zu MICE-Zwecken kaum genutzt. Eine neue, innovative Tagungshalle im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa zu etablieren, ist aktuell eher unrealistisch (auch angesichts der drastischen Rückgänge durch die COVID-19 Krise in diesem Bereich, der sich nur langsam wieder erholt – und auch einen Teil der Vor-Ort-Sitzungen an virtuelle Meetings verloren hat und vermutlich auch dauerhaft verlieren wird). Es sollten also die bestehenden Angebote zunächst besser ausgelastet und vermarktet werden und so dieses wertschöpfungsstarke, Image und Bekanntheit fördernde Segment nicht vernachlässigt werden. Mittelfristig dürfte das Seminar- und Tagungsgeschäft Geschäft wieder ein gutes Instrument zur Nachfragesteigerung im Winterhalbjahr und während der Woche werden (Leisure im Sommer, an Wochenenden als Schwerpunkt).

Ziele

- ▶ Stärkung des gewerblichen MICE-Segmentes, insbesondere in den Bereichen Meetings, Incentives, Events (nicht im Bereich Kongresse)
- ▶ Belebung bisher auslastungsschwacher Zeiten
- ▶ Mehr Wertschöpfung, mehr Gäste durch Tagungen
- ▶ Bessere Vermarktung der bestehenden Angebote

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ bestehende Tagungsangebote bündeln und vermarkten (insbesondere für kleine, mittlere Tagungen, mit Rahmenprogrammen, Teamevents und möglichst mehrtägig mit Übernachtung): Vermarktung über die Betriebe, aber auch über die Tourismusverbände, Orte, teils räumlich Netzwerke / Kooperationen von Tagungsanbietern/-dienstleistern denkbar
- ▶ bei der Ansiedlung neuer Hotels, aber auch Freizeitanlagen, entsprechende Seminar- und Tagungskapazitäten prüfen (wichtig dabei: gute Anbindung, Nähe Autobahn).
- ▶ langfristig Möglichkeiten größerer Räumlichkeiten prüfen (z. B. Tagungs-, Sport- und Wellnesshotel Hafen Neuendorf (Teichland/Gatojce)

4.3.6 B6 Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe

B6 Weiterentwicklung ausgewählter Beherbergungsbetriebe

Es gibt im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa eine Reihe „monothematischer“ bzw. nicht diversifizierter Beherbergungsangebote, die quantitativ und qualitativ ausgebaut bzw. durch neue, wertschöpfungsstarke Angebote ergänzt werden können. Sie können so zu kleinen touristischen Leuchttürmen mit besonderer, vor allem ganzjähriger Eigenattraktivität werden. Hier sind Lage und Anbindung zwar auch wichtig - entscheidend ist aber vor allem die Attraktivität des Gesamtangebotes und natürlich die Servicequalität. Jeder Betrieb kann prüfen, ob er hier neue Potenziale für sich erschließen kann, auch Unternehmen im Budget-Bereich.

Neben dem Ausbau der Kapazitäten und Zusatzangebote bieten sich auch neue, innovative, nachhaltige Gestaltungsansätze an und dazu die Zusammenarbeit mit Produktdesignern, Architekten und Herstellern aus der Region (→ Bsp. Preisträger des Marketing Awards „Leuchttürme der Tourismuswirtschaft 2020, Ostdeutschen Sparkassenverbandes: „Das Brandenburg Zimmer“, Gut Boltenhof, Fürstenberg/Havel). Auch damit können sich bestehende Beherbergungsbetriebe neu und zukunftssicher aufstellen – und neue Gäste anziehen.

Ziele

- ▶ Ausbau der Beherbergungsangebote, neue unternehmerische Perspektiven mehr Gäste und Umsätze
- ▶ Stärkere Saisonunabhängigkeit
- ▶ Stärkung Image und Bekanntheit

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Impulse, Ideen, Motivation der Betriebe zur Weiterentwicklung ihrer Anlagen (Ideenwerkstätten mit Architekten, Landschaftsplanern, Fachplanern, Herstellern, Entwicklung von Ideen anhand von Erfolgsbeispielen und Checklisten)
- ▶ Handlungsleitfaden entwickeln und Selbstcheck für Anbieter (zu Fragen wie: Was biete ich meinem Gast heute? Wie bin ich bei der Positionierung aufgestellt, wie betriebswirtschaftlich, wie im Bereich Ausstattung? Wo muss dringend investiert werden? Welche Bereiche können digitalisiert werden - und sind dann auch weniger personalintensiv?)
- ▶ Umsetzung durch die Betriebe selbst:
 - Prüfen, welche Zusatzangebote in den Bereichen Wellness, Gesundheit, Tagen, Familien / Kinder denkbar sind
 - Quantitativen Ausbau im / am Bestandsgebäude prüfen (zusätzliche Gästezimmer, zusätzliche Gastronomiekapazitäten bzw. zusätzliches Gastronomieoutlet)
 - Prüfen, ob das Beherbergungsangebot (Zimmer Hotel, Gasthof, Pension) weiter diversifiziert werden kann (z. B. Ferienwohnungen, Serviced Apartments, Familienzimmer, Gruppenunterkunft, Wohnmobilstellplätze, „Glamping“ (stylische Campingangebote für Anspruchsvolle) als Ergänzungsangebot, z. B. neu am Gräbendorfer See)
 - Profilstärkende Angebote prüfen, z. B. für Gesundheit, Wellness, Familien, Tagung
 - Qualitätsorientierte und gestalterische Weiterentwicklung
 - Überprüfung der aktuellen Positionierung, Wettbewerber, Potenziale, neues Unternehmensleitbild entwickeln (z. B. Weiterentwicklung zu einem „Resort“), wirtschaftliche Machbarkeit prüfen, Finanzierung / Förderung prüfen. Partner einbinden: Banken, IHK, DEHOGA, Fachplaner, Tourismusorganisationen

4.3.7 B7 Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte

B7 Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte

Neue Beherbergungskonzepte wie Baumhäuser, Tiny Houses, stationäre oder mobile Hausboote, Camping- oder Glamping-Resorts etc. boomen – und lassen sich aufgrund der besonderen Preisbereitschaft der Zielgruppen für besondere, einzigartige Angebote wirtschaftlich durchaus lukrativ betreiben. Auch im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bzw. im Lausitzer Seenland und im Spreewald sollen gezielt neue Beherbergungsbetriebe mit innovativen Konzepten angesiedelt werden, die die touristische bzw. auch thematische Ausrichtung der Orte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa befördern und die geeignet sind, durch ihre besondere (auch medienwirksame) Eigenattraktivität und Strahlkraft ganz neue, überregionale Zielgruppen bzw. Lifestylegruppen anzuziehen. Diese neuen Konzepte sind vor allem auch als passendes Ergänzungsangebot an bestehenden Attraktionspunkten oder an neuen landschaftlich interessanten Standorten denkbar.

Bei der Entwicklung der Standorte mit konkretem Ansiedlungspotenzial und der Suche nach potenziellen Investoren und Betreibern soll das touristische Ansiedlungsmanagement in der Wirtschaftsförderung des Landkreises unterstützen (→ L1 Zentrales Ansiedlungsmanagement).

Ziele:

- ▶ Mehr Gäste, neue Gäste-, Lifestylegruppen (für „Genussorientierte Natururlauber“, „gesellige Familien“, Jugendgruppen, Vereine, Firmen)
- ▶ Gezielter und punktueller Ausbau der Bettenkapazität an ausgewählten Standorten, dabei Fokus auf die Ansiedlung von thematisierter Beherbergung und dabei innovativen, besonderen Angeboten mit hoher Eigenattraktivität
- ▶ Mehr Wertschöpfung, Arbeitsplätze, berufliche Perspektiven für junge Menschen
- ▶ Besseres Image, höhere Bekanntheit (medienwirksame Angebote, die „viral“ gehen)

Maßnahmen, Schritte:

1. **Prüfung** von Standorten, Potenzialen, Machbarkeit für besondere Beherbergungskonzepte:
 - ▶ **Tiny Houses, Baumhäuser** an landschaftlichen Vorzugsstandorten (Seen, Naturparke)
 - ▶ **Hausboote** stationär oder mobil am oder nahe Hafen Neuendorf (Teichland/Gatojce), ggf. Spremberger Stausee, Gräbendorfer See
 - ▶ **Resort Hotels** im Sinne von Betrieben mit profilbildenden Zusatzangeboten in den Bereichen Gesundheit, Wellness, Tagung, Sport, jeweils mit hoher Eigenattraktivität.
 - ▶ **Einfachere Gruppenunterkünfte bzw. Hüttendorfer** für Jugendgruppen, Bildungsgruppen, Vereine (und Familien). Angebote für Selbstverpfleger, mit Gemeinschaftsküche, Kommunikationsräumen zum „Chillen“ und Arbeiten, mit Aktivangeboten, junges, urbanes Design, 2-3*, z. B. am Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjažow mit Sary Lud (siehe unten), Alte Ziegelei Klein Kötzig, UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen, am Erlebnispark Teichland/Gatojce
2. Erarbeitung **Exposés** zur Ansprache von Investoren und Betreibern
3. Aktive **Marktsprache** über Wirtschaftsförderung (→ L1)

Konkrete Projektideen und Planungen gibt es wie folgt:

- ▶ **Campingresort** → L3 Neuhausen (SPREE): Premium Naturcampingwelt Spremberger Stausee (Neuvorschlag im Rahmen Tourismuskonzept)

B7 Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte

- ▶ **Heimatmuseum Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow: Erweiterung um ein besonderes Übernachtungsangebot „Slawisches Hüttendorf“** für Einzelreisende und für Gruppen (Jugendgruppen, Reisegruppen, Vereine, Firmen), als authentisches slawisches Hüttendorf, mit Möglichkeiten für Seminare, Workshops, gemeinsames Kochen, Outdoor-Aktivitäten in Ergänzung der Angebote im „Stary Lud“), dazu Prüfung verfügbarer, gestaltbarer Flächen in direkter Nachbarschaft, Potenzial- und Machbarkeitsstudie, Gewinnung Investor und Betreiber
- ▶ **Umbau der denkmalgeschützten „Alten Molkerei“ in Peitz/Picnjo zum Beherbergungsbetrieb:** Erhalt eines denkmalgeschützten Gebäudes mit hoher städtebaulicher Bedeutung zu einem touristisch genutzten Objekt mit Beherbergungskapazitäten (30 Doppelzimmer) und Erlebnisgastronomie, Schaffung zusätzlicher Parkkapazität (privatwirtschaftliche Investition)

Für alle Projekt wichtig:

- ▶ Nutzungskonzepte, Potenzial-, Machbarkeitsstudien, Vernetzungsansätze und Einbindung in die touristische Region
- ▶ Prüfung Fördermittelzugänge / Coaching, tourismusfachliche Begleitung über Orte und zentrale touristische Ansiedlungsstelle bei der Wirtschaftsförderung des Landkreises

4.3.8 B8 Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce

B8 Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce

Der Erlebnispark Teichland/Gatojce bietet viele Outdoor-Angebote für Familien und Kinder. Die Angebote sind unter den Gesichtspunkten Erleben, Erfahren und Entdecken aufgelistet. Die Rodelklausur ist das gastronomische Angebot im Erlebnispark und bietet einen Biergarten mit Imbissangeboten, Eis sowie Kaffee & Kuchen. Die Ferienwohnung des Erlebnisparks Teichland ist für bis zu 10 Personen geeignet und befindet sich in der Gemeinde Teichland/Gatojce. Neue Impulse und neue, höhere Frequenz sind durch die Anbindung an den künftigen Cottbuser Ostsee gegeben.

Aktuelles Angebot Erlebnispark Teichland/Gatojce:

- ▶ Aussichtsturm
- ▶ Irrgarten
- ▶ Hängebrücke
- ▶ Sommerrodelbahn (Länge: 903 m)
- ▶ Zipline Parcours
- ▶ Tubing Bahn, Monster Roller Bahn mit Zauber Teppich (Förderband)
- ▶ Minigolf
- ▶ WasserBall (zwei Meter) und Wasserrolle (für 2 Personen)
- ▶ Bungee Trampolin
- ▶ Elektroracer
- ▶ Kletterfelsen
- ▶ Mountainbike Gelände (mit eigenem MTB)
- ▶ Großer Spielplatz mit Sonnenterrasse
- ▶ Pfad der kleinen Götter, Geologische Uhr, Natur Zeitreise Slawischer Götterhain
- ▶ Angebote für Kindergeburtstage, Schulausflüge
- ▶ Winterangebote: Eisstockschießen, Lattleschießen, Weihnachtsfeier

Ziele

- ▶ Weiterentwicklung zum überregional bedeutsamen Freizeitpark und Freizeitcluster im Randbereich des Cottbuser Ostsees als künftigen weiteren Schwerpunkt für Freizeitangebote im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa
- ▶ Etablierung Ganzjahresangebote
- ▶ mehr Wertschöpfung
- ▶ Erschließung neuer Zielgruppen bzw. Ausbau der vorhandenen

Maßnahmen, Schritte:

▶ **Entwicklung von indoor Angeboten**

Erste Indoor Ideen:

- Indoor Spielplatz mit verschiedenen Spielelementen, funny Fux Bau: Indoor-Laser-Hindernisstrecke
 - Allwetterhalle auf dem Abenteuerspielplatz mit Mini-Gokart, Gokart für die Größeren, Kletter-Irrgarten, Riesen-Trampolinanlage, Indoor-Sandspielplatz (z. B. Bubenheimer Spieleland)
- ▶ **Schrittweise weitere Fahrgeschäfte, Attraktionen im Outdoor Bereich entwickeln**

B8 Ausbau Erlebnispark Teichland/Gatojce

Erste Outdoor Ideen:

- Ergänzend zur Mini-Golfanlage eine Adventuregolfanlage
- Mountainrafting Wasserbahn, Wild River: Wildwasserbahn
- Achterbahn
- Kletterburg mit Rutschen
- ▶ Ausbau der gastronomischen Angebote (Bistro, Restaurant), Erlebnisastronomie, Grillmöglichkeiten für Jugendgruppen und Firmen
- ▶ Beherbergungsangebote schaffen: mehr Kapazitäten im Bereich der vorhandenen Ferienwohnungen, Hüttendorf direkt am ErlebnisPark.

4.4 Projekte Angebotsentwicklung (Handlungsfeld C.)

Kern dieses Handlungsfeldes ist es, bestehende und neue Reiseanlässe in konsumierbare, buchbare Produkte einzubinden. Bei den Angeboten für Familien und junge Leute gibt es dazu Synergien, neben Gästen auch Einheimische anzusprechen und für relevante Bevölkerungsgruppen die Lebensqualität zu erhöhen. Um die Saison zu verlängern, sollen Angebote über eine Winterkampagne (ähnlich „Winterliches Brandenburg“) ausgebaut werden. Erlebnistouren, Veranstaltungen und eine GästeCard verbessern die Erlebbarkeit und den Zugang zu den Angeboten. Niederschwellige Gesundheitsangebote oder auch gesundheitsorientierte Erholungsangebote können kreisweit ein steigendes Gästebedürfnis erfüllen.

Tabelle 9: Maßnahmen Handlungsfeld C „Angebotsentwicklung“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
C1	Erarbeitung geführter Touren, Erlebnistouren		x	x	x	++		x	x
C2	Angebote für Familien			x	x	+++	x		
C3	Erweiterung der Angebote für junge Leute		x		x	+++	x	x	
C4	Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote		x		x	++		x	
C5	Einführung Gästecard Spreewald		x	x	x	+++	x	x	
C6	Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen, Deutscher Radwandertag		x	x	x	++	x	x	
C7	Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“		x	x	x	+++	x	x	

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld C „Angebotsentwicklung“ werden nachfolgend beschrieben:

4.4.1 C1 Erarbeitung geführter Touren, Erlebnistouren

C1 Erarbeitung geführter Touren, Erlebnistouren
<p>Es gibt sehr gute Beispiele für geführte Erlebnistouren im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, die beachtliche Besucherzahlen generieren. So sind die Führungen vom excursio-Besucherzentrum in den aktiven Tagebau Welzow/Wjelcej-Süd für Familien und Schulklassen im Mannschaftswagen oder auch ganz individuell im Geländewagen überaus beliebt und erfolgreich. Der UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen hat in 2018 rund 66.000 Besucher angezogen, darunter 12.500 im Rahmen von Führungen und Veranstaltungen und 9.500 im Geopark-Infozentrum. Diese bedeutenden Angebote sollen weiter ausgebaut und noch stärker in die touristische Vermarktung integriert werden.</p> <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Noch mehr Erlebnisangebote, neue thematische Reiseanlässe als Gesamterlebnis, auch für Wiederholungsbesuche ▶ Einbindung in Erlebnis- und Wertschöpfungsketten, mehr Umsätze für die Betriebe
<p>Maßnahmen, Schritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung geführter buchbarer Touren mit Partnern (z. B. im Rahmen von Ideenwerkstätten, dann später Ausarbeitung der Details, Festlegung der Preise, Buchungsmodalitäten, Vertriebswege etc.) <ul style="list-style-type: none"> – für Individualgäste und Gruppen (Jugendgruppen, Reisegruppen, Vereine) – für Familien, für Radtouristen (und Wanderer) – für Bildungsgruppen – für beruflich motivierte Anlässe (als besondere Rahmenprogramme bei Workshops, kleineren Tagungen (→ Projekte B5)) ▶ Einbindung in die touristische Vermarktung der Tourismusorte und Tourismusverbände ▶ Fokus auf den Naturlandschaften und der Landschaft im Wandel ▶ Vermarktung, „Storytelling“ zu den gebietsspezifischen Themenradwegen, die die Geschichte der Region erzählen (z. B. im UNESCO Geopark Muskauer Faltenbogen zu den Themen Geologie, Altbergbau, Glas).
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Flankierend digitale oder Audio-Führungsangebote für die Erkundung auf eigene Faust: <ul style="list-style-type: none"> – Hörstationen (mechanische Variante, die mit durch Drehen einer Kurbel kleine Hörspiele in Gang setzt, Beispiel Erlebnispark Teichland/Gatojce Sagenpfad oder Sommerberg in Bad Wildbad am Baumwipfelpfad) – Info-Tafeln mit QR-Codes für vertiefende Informationen – Augmented Reality App (möglichst für mehrere Standorte im Landkreis), über die Inhalte, historische Aufnahmen, Zeichnungen o.ä. über Smartphones oder Tablets digital erlebbar gemacht werden.

4.4.2 C2 Angebote für Familien

C2 Angebote für Familien

Familien stehen nach der aktuellen Zielgruppendefinition stärker als bisher im Mittelpunkt. Dafür sind aktuell noch zu wenige Angebote im Sinne familiengerechter Freizeitanlagen vorhanden.

Ziele

- ▶ Angebot für Familien verbessern bzw. ausbauen
- ▶ Lebensqualität erhöhen für einheimische Familien, Synergien
- ▶ Familien für das Thema Natur, Wölfe, Landschaft im Wandel, Bergbau, Geologie u. a. sensibilisieren und begeistern
- ▶ Anlässe für Wiederholungsbesuche, Angebote mit hoher Weiterempfehlungsquote

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Ausbau der Angebote in den Bereichen prüfen (siehe auch → Projekt B2 Gewerbliche Freizeit-/Besucherattraktionen Indoor & Outdoor), z. B.:
 - Baden (Freibad, Unter-Dach-Angebote)
 - Spiel-, Bewegungsanlagen indoor oder outdoor (Spielplätze, Kletterhalle, Rutschenparadies mit oder ohne Wasserflächen), z. B. am Stadtrand von Cottbus/Chósebus / Amt Peitz/Picnjo. Dazu Standorte prüfen, Potenziale ermitteln, Machbarkeit analysieren
 - neue Familienattraktionen indoor, outdoor: z. B. Märchenwald (z. B. Jerischke), Erlebnisbauernhof
- ▶ Radtouren für Familien
- ▶ Wanderangebote für Familien: durch den Deutschen Wanderverband zertifizierte kurze thematische Wanderwege „Familienspaß“ (2-7 km, mit kleinen Attraktionen am Weg)
- ▶ In Kombi mit familiengerechter Beherbergung (Campingplätze, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, neue besondere Beherbergung für Familien) (→ Projekte B7 Neue Beherbergungsbetriebe, neue und besondere Betriebskonzepte)

4.4.3 C3 Erweiterung der Angebote für junge Leute

C3 Erweiterung der Angebote für junge Leute

Es gibt zu wenige Freizeitangebote, aber auch zu wenige Gastronomie- und Beherbergungsangebote im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, die sich speziell auf die jüngere Generation ausrichten.

Ziele

- ▶ Mehr Angebote für junge Gäste (Einzelreisende, Jugendgruppen, Vereine) in den Städten und größeren Gemeinden
- ▶ Mehr Wertschöpfung durch neue Angebote, mehr Gäste
- ▶ Mehr Arbeitsplätze, Perspektiven für junge Arbeitskräfte, Auszubildende

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Ansiedlung von Angeboten für Jüngere unterstützen bzw. gezielt planen, Investoren und Betreiber ansprechen, z. B.
 - Neue, stylische, kommunikative, chillige Angebote für die Generation Z, für jüngere und junggebliebene Lifestylegruppen mit besonderem Fokus auf Aktivangeboten, sportlichen Herausforderungen, Musikevents o. ä.
 - Neue Gruppenunterkünfte, „Hüttendörfer“ im jungen, urbanen Stil oder mit besonderer Thematisierung (z. B. Slawendorf am „Stary lud“ Dissen-Striesow/Dešno-Strjażow → Projekt A3 Neue Leuchtturmprojekte / Nutzung bestehender Kristallisationspunkte für weitere Entwicklung)
 - Zeltplatz, auch mit Gruppenzelten in der künftigen Bärenbrücker Bucht (dort künftig Angebote wie Kitesurfen, Surfen, Segeln – passend dazu die lässige Surfer-Beachbar / Unterkunft)
 - Neue „junge“ Sport- und Freizeitangebote (MTB im Tagebau, neue Angebote wie Pumptrack Parks outdoor oder indoor, Ninja Warrior Challenge Halle, aufblasbare Wasserspiellandschaften, Rutschenparadies bzw. Wasserrutschenpark)
- ▶ Junge Unternehmer fördern: ggf. leerstehende Geschäft im Rahmen einer Standortmarketingkampagne bzw. „Touristische Startup-Kampagne“ für einen gewissen Zeitraum zur Verfügung stellen. Temporäre Pop-up-Konzepte unterstützen.
- ▶ Vermarktungslinie für die „jungen“ Angebote, Schwerpunkt Social Media wie Instagram, TikTok u. a.

4.4.4 C4 Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote

C4 Entwicklung niederschwelliger Gesundheitsangebote

Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) mit der Spreewald Theme und den Wellnesshotels ist der gesundheitstouristische Hotspot im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bzw. in der Reiseregion Spreewald. Wie im Leitprojekt L2 beschrieben, soll der Ort mittels der Höherprädi-katisierung weiterentwickelt und gesundheitstouristisch profiliert werden – auch durch ergänzende niederschwellige Gesundheitsangebote, wie Anwendungen oder Gesundheitspro-gramme. Dem wachsenden Bedürfnis nach gesunder Ernährung, Bewegung, Ruhe, Auszeit in der Natur vor allem bei den gestressten Städtern können aber auch weitere Tourismusorte oder einzelne Betriebe im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gerecht werden und sich so stärker profilieren.

Ziele:

- ▶ Gewinnung neuer Gäste bzw. Zielgruppen
- ▶ Saisonverlängerung
- ▶ Nutzung ausgewählter Nachfragetrends für die Entwicklung neuer Angebote
- ▶ Erhöhung der touristischen Wertschöpfung, auch durch mehr (gesundheitstouristische) Qualitätsangebote, Stärkung des Gesundheits- und Wellnesstourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa als besonders wertschöpfungsstarkes Tourismusangebot

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Entwicklung niederschwelliger öffentlicher Gesundheitsangebote** in Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota), aber auch an weiteren (Natur-, Gewässer-)Standorten, z. B.
 - Landschaftstherapeutische Wege (wie z. B. in Brilon (Sauerland), mit besonderen Bewegungs- und Ruheangeboten, mit besonderen Ausblicken in die Natur
 - Waldbaden (Plätze im Wald, zurückhaltend möblierte Bereiche, geführte bzw. betreute Angebote)
 - Kneipp-Angebote, Kneipp-Parcours (Bsp. Xantener Südsee und Xantener Wallanlagen mit neuem Gradierwerk und Outdoor-Erwachsenfitnessgeräten)
 - Yoga und weitere Entspannungsprogramme temporär outdoor (wie am Freilinger See in der Eifel oder am Blausteinsee in Eschweiler)
- ▶ **Entwicklung niederschwelliger betrieblicher Gesundheitsangebote**
 - Mentale Wellness, Achtsamkeitstraining, Naturheilkunde, Ernährungsberatung, Coaching, Personal Training
 - Anwendungen (auch in Kooperationen mehrerer Hotels / Gesundheitsanbieter)
 - Yoga-Angebote in freier Natur, an Ufern, auf Badeplattformen

4.4.5 C5 Einführung Gästecard Spreewald

C5 Einführung der Gästecard Spreewald

Der Schwarzwald hat es vorgemacht: Die KONUS Card im Schwarzwald ermöglicht allen Übernachtungsgästen an diesen Standorten ohne Aufpreis seit 2006 die kostenlose Nutzung von Bussen und Bahnen in den neun Verkehrsverbänden der Ferienregion Schwarzwald, d. h. in derzeit 146 Gemeinden und steht damit bis heute beispielhaft für eine umweltfreundliche Mobilität von Touristen. Sie wird ergänzt durch die separat und käuflich zu erwerbende Schwarzwald-Gästekarte, über die Übernachtungsgäste von Ermäßigungen bei Sport- und Freizeitanlagen, Besucherattraktionen und Museen profitieren. Damit sind Gästekarten nicht nur unter Nachhaltigkeitsaspekten sehr bedeutsam, weil sie den ÖPNV bzw. dessen Auslastung unterstützen. Sie sind auch ein wichtiges Marketinginstrument, weil sie dem Gast wertvolle Zusatznutzen bieten und damit durchaus auch ein Entscheidungskriterium für eine Destination sein können.

Auch im Land Brandenburg gibt es auf kommunaler bzw. regionaler Ebene schon seit mehreren Jahren konkrete Planungen für Gästekarten, die Gästen v.a. eine kostenfreie Nutzung des ÖPNV ermöglichen – so auch im Spreewald. Ein Umsetzungshindernis war bisher die Regelung im Kommunalen Abgabengesetz des Landes, die eine Finanzierung der Gästecard ausschließlich über Kurbeiträge erlaubte. Die neue Fassung des KAG Brandenburg (10.4.2019) eröffnet neue Möglichkeiten der Finanzierung: auch Tourismusorte, die keine Kurorte sind, dürfen künftig Gästebeiträge bzw. Tourismusbeiträge bei privat motivierten Übernachtungsgästen erheben. Damit haben sich die Bedingungen für die Einführung der Gästecard Spreewald verbessert.

Hinweis: Aktuell wird eine Machbarkeitsstudie für das gesamte Reiseland Brandenburg für die Einführung einer „BrandenburgCard“ erarbeitet. Erste Überlegungen gehen dahin, dass landesweit bzw. in den teilnehmenden Regionen eine Basiskarte eingeführt wird, die regional durch Zusatzmodule ergänzt werden kann¹⁴ (z. B. Ermäßigung bei Besucherattraktionen).

Ziele

- ▶ Verdeutlichung der Vielfalt von Attraktionen
- ▶ Höhere Attraktivität für Gäste durch Kostenvorteile bei Nutzung der Card
- ▶ Stärkung der umweltverträglichen, nachhaltigen Mobilität (ÖPNV); damit auch Steigerung der Lebensqualität für Einheimische (weniger Lärm, CO₂, weniger Parkplatzsuchverkehr)
- ▶ Bessere Anbindung und Vernetzung der Attraktionen und Orte
- ▶ Profilierung als Nachhaltigkeitsregion, Mobilitätsregion
- ▶ Mehrwerte für den Gast – mehr Gäste

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ finales Konzept und Finanzierungsmodell der teilnehmenden Gemeinden, in Zusammenarbeit mit der IGES Institut GmbH, Einführung der Gästecard Spreewald
- ▶ Vorteile für die Kommunen und Betriebe klar kommunizieren

¹⁴ Quellen: <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/landestourismuskonzeption/projekte/projektbeschreibung/machbarkeitsstudie-einfuehrung-einer-brandenburgcard-inkl-fahrpreislosem-oepnv-fuer-gaeste-im-reiseland-spreewald.de>, LAG Spreewaldverein e.V., KAG Brandenburg, <https://www.spreewald.de/zukunftsstrategie-spreewald-2030/hf4-spreewaldcard/>, <https://bravors.brandenburg.de/gesetze/kag>

C5 Einführung der Gästecard Spreewald

- ▶ Vorteile für die Übernachtungsgäste klar kommunizieren / im Marketing nutzen

Wenn sich die Gästecard Spreewald etabliert hat, dann kann perspektivisch die Ausdehnung auf das Lausitzer Seenland bzw. einzelne Ziele in den Nachbarregionen geprüft werden.

4.4.6 C6 Stärkung bestehender, neuer Veranstaltungen, Deutscher Radwandertag

Großveranstaltungen machen Regionen bekannter und sorgen für Umsätze. Sie sind zwar mit hohen Kosten für Organisation, Durchführung und Vermarktung verbunden – sie stellen aber insofern wichtige Marketinginstrumente für touristische Regionen dar. Noch gibt es im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa bzw. in den beiden Reiseregionen noch vergleichsweise wenige überregional bedeutsame Veranstaltungen mit großen Besucherzahlen. Beispiele dafür sind der **Spreewald-Marathon** (Sportveranstaltung mit verschiedenen Disziplinen wie Laufen, Walken, Radfahren, Run & Bike, Paddeln, SUP – in 2019 über 14.000 teilnehmende Sportler plus Zuschauer an der Strecke) oder die **Seenlandtage** im Lausitzer Seenland (Touren-Event mit Bus, Fahrrad und zu Fuß zum Entdecken der Gewässerlandschaft). Über weitere Events können zusätzliche Besuchsanlässe geschaffen und die touristischen Kernthemen noch besser inszeniert werden.

Ziele

- ▶ Überregional Gäste ansprechen und über Anlässe gewinnen
- ▶ Zusätzliche Wertschöpfung
- ▶ Steigerung der Bekanntheit
- ▶ Aufmerksamkeitsstarke Vermarktung der Region durch medienwirksame Events
- ▶ Stärkung der bestehenden Veranstaltungen und Events
- ▶ Stärkung der Kernthemen Rad und Wasser

Maßnahmen, Schritte:

Generell: Einbinden von touristischen Akteuren aus allen Gemeinden des Landkreises

- ▶ **Ausbau bestehender Veranstaltungen und Events**, wie z. B.:
 - Seenlandtage (Lausitzer Seenland): abwechslungsreiche Touren mit Bus, Fahrrad und zu Fuß zum Entdecken der Wasserlandschaft
 - Festivals: z. B. Rockfestival zu Pfingsten, Wilde Möhre Festival in Drebkau/Drjowk, Steamrose Zeitreise Festival in Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca), Internationale Folkloreawine mit jährlich ca. 400 Folkloristen aus ca. 12 Ländern, jährlich wechselnd drei Auftrittsorten
 - Museumsnacht im Lausitzer Museenland

Der Spreewald-Marathon hat sich in den vergangenen Jahren immer weiterentwickelt und verfügt bereits über eine hohe Anziehungskraft und Medienwirksamkeit. Hier geht es eher darum, die Qualität vor Ort und an den Strecken weiter zu sichern. Problematisch ist die hohe Wetterabhängigkeit für Sportler und Zuschauer. Hier könnten noch mehr Unter-Dach-Angebote für die Versorgung und ggf. Unterhaltung angeboten werden.

- ▶ **Entwicklung neuer Veranstaltungen, Events** mit überregionaler Strahlkraft: Idee:
 - „**Deutscher Radwandertag**“ in Anlehnung an den „Deutschen Wandertag“ (Jährlich stattfindendes Treffen von Wanderfreunden und Mitgliedern der Wandervereine in einer Wanderregion Deutschlands, organisiert vom Deutschen Wanderverband).
 - Radevents und MTB-Events im Lausitzer Seenland
 - Musik- oder auch Literaturfestival an den (neuen) Seen
 - Überregional sorbisch/wendisches Kulturfestival, vorzugsweise in Kooperation mit der Stadt Cottbus/Chóšebuz (prüfen)

4.4.7 C7 Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ und „Winterliches Lausitzer Seenland“

C7 Angebotskampagne „Winterlicher Spreewald“ & „Winterliches Lausitzer Seenland“

Die Kampagne „Winterliches Brandenburg“ der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH war über viele Jahre ein wichtiges Instrument, mit dem Winter-Auszeiten rund um Berlin vermarktet wurden. Neben den Preisspecials ab 79 Euro in Hotels, Pensionen, Gasthäusern, gab es auch den „Sterne-Winter“-Angebote mit Hotels der gehobenen Kategorie. Die Angebote zur Stärkung der Nebensaison wurden über eine breite crossmediale Kampagne vermarktet. Die Kampagne wird nun zwar auf Landesebene nicht fortgeführt – sie soll aber beispielgebend für die Etablierung bzw. gemeinsame Vermarktung von Winter-Angeboten im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sein. Der Tourismusverband Spreewald verfügt bereits seit einigen Jahren über eine eigene Winter-Kampagne. Es gilt also, ein ähnliches Format auch für das Lausitzer Seenland zu entwickeln, die Marketingmittel für den Winter zu bündeln (bzw. zusätzliche Mittel für eine überregionale Wirkung zu generieren) und möglichst viele Betriebe und auch weitere Partner zur Teilnahme zu motivieren.

Ziele

- ▶ Stärkung der Nebensaison, hin zur Ganzjahresdestination
- ▶ Betriebe einbinden
- ▶ mehr Gäste, höhere Wertschöpfung, Image und Bekanntheit als Winter-Auszeit-Region
- ▶ Mittel für das Wintermarketing bündeln

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Konzept für die Angebotskampagne, Vermarktung und zur Gewinnung der Betriebe
- ▶ Information der Betriebe zu den Eckdaten und Chancen der Kampagne:
 - Fester Buchungs-/Reisezeitraum in den Wintermonaten November bis April
 - Vermarktung über: Flyer Beilagen in Tageszeitungen und Magazinen, Out-of-Home Werbung (Plakatierung in Berlin), Online Marketing wie AdWords Kampagnen und Social Media Beiträge, auch in Kooperation mit der TMB
- ▶ Bewerbung des buchbaren Angebotes über die Websites der Tourismusverbände, Orte und Betriebe, auf thematisch passenden Unterseiten auf reiseland-brandenburg.de, über Flyer, Plakate oder Aufkleber in den Betrieben sowie – je nach Budget – Werbemaßnahmen in den Quellmärkten.

4.5 Projekte Vermarktung und Gästeinformation vor Ort (Handlungsfeld D.)

Der Bereich Vermarktung liegt im Verantwortungsbereich von Betrieben und touristischen Organisationen auf Orts- und Destinationsebene. Bei bestimmten Projekten kann die Kreisverwaltung hier aber koordinierend und unterstützend tätig werden. Die höchste Priorität hat in diesem Handlungsfeld die Verbesserung der Online-Sichtbarkeit und der Ausbau des Online-Marketings sowie eine persönlichere Ansprache und Einbindung von Gästen und Bevölkerung in Kampagnenform.

Tabelle 10: Maßnahmen Handlungsfeld D „Vermarktung, Gästeinformation vor Ort“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
D1	Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort		(x)	x	X	+++	x	x	x
D2	Ausbau des Online- und Social Media-Marketings	x		x	x	+++	x	x	
D3	Entwicklung des Kartenmaterials (analog, digital)	x		x		++		x	x
D4	Persönliche Information vor Ort / Kampagne „Lieblings-Gastgeber“			x	X	+++	x	x	
D5	Entwicklung einer Auslandsmarketing Kampagne	(x)		x	X	++		x	x
D6	Erarbeitung einer Heimatmarkt-Kampagne	(x)		x		++		x	x

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld D werden nachfolgend wie folgt beschrieben:

4.5.1 D1 Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort

D1 Verbesserung der Online-Sichtbarkeit, mobile Informationen vor Ort

Informierendes Marketing

Die verbesserte digitale, mobile Information vor Ort ist ein wichtiger Teil der Digitalisierungsstrategie der TMB. Neben der Bereitstellung von „Außen-WLAN-Hotspots“ an touristischen Zentren und öffentlichen Orten der Begegnung durch das Land Brandenburg geht es um den Einsatz digitaler Infostelen in Tourist-Informationen und in touristischen Einrichtungen für die digitale Information des Gastes vor Ort. Das Land Brandenburg fördert die Infostelen (90% Förderung, 10% Eigenanteil Kommunen). Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa hat dazu eine gemeinsame Antragstellung für Infostelen auf den Weg gebracht, an dem sich von den 11 Ämtern, Städten, Gemeinden aktuell sieben beteiligen.

Neben den digitalen Infostelen geht es beim „informierenden Marketing“ auch um die touristischen Websites der Orte, die die Gäste vor der Reise, vor allem aber auch mobil vor Ort nutzen. Es gibt im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa Orte mit attraktiven, mobil-responsiven Websites, aber auch viele, die den heutigen Anforderungen nicht mehr genügen (überwiegend als Teil des städtischen Auftritts) und die wenig geeignet sind, Reise- und Buchungsanreize zu geben und teilweise auch nicht responsive für mobile Endgeräte sind.

Hinweis: Zu den Inhalten bzw. digitalen Content-Tools wie Mein Brandenburg, Mini Brandenburg, die bei den Tourismusstellen vor Ort, in den Einrichtungen und Betrieben ausgespielt werden können siehe Projekt F2

Ziele

- ▶ Möglichst flächendeckender Einsatz der digitalen Infostelen in allen touristisch relevanten Orten, auch als sichtbares Bekenntnis zur Digitalisierungsstrategien der TMB und der beiden Reiseregionen
- ▶ Beste, mobile digitale Gästeinformation entlang der gesamten Servicekette vor, während, nach der Reise
- ▶ Bester Content (→ Projekt F2 POI-/Contentnetzwerk TMB)

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Umsetzung des Projektes der touristischen digitalen Infostelen**, Motivation der noch fehlenden Kommunen, sich am Förderprojekt zu beteiligen (ergänzend auch Prüfung, ob die Flyer-/Broschüren-Spender noch zeitgemäß und aktuell sind)
- ▶ **Impulse, Information, Best Practises zur Weiterentwicklung der touristischen Web-auftritte der Kommunen und Pflege von Content durch alle Kommunen:**
 - neue, zeitgemäße Websites (je nach Bedeutung des Tourismus für den Ort ggf. aus dem eher statischen, städtischen Auftritt herauslösen)
 - mehr und besserer Content, Kommunikation der Profilt Themen und Highlight-Angebote, neue emotionale, großformatige Bildwelten, „Storytelling“, buchbare Angebote
 - Links zu den Seiten der Tourismusverbände und benachbarten Tourismusorte sowie zu den interaktiven Tourenplanern
 - Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenmarketing
 - mehrsprachige Websites
 - Vernetzung mit den Social Media-Auftritten

4.5.2 D2 Ausbau des Online- und Social Media-Marketings

D2 Ausbau des Online- und Social Media-Marketings

Das Online- und Social-Media-Marketing gewinnt immer mehr an Bedeutung. Deshalb ist es für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa essentiell, das Online- und Social Media-Marketing weiter auszubauen. Jeder touristische Akteur auf allen Ebenen kann mit seinem Online Auftritt einen Beitrag für die touristische Sichtbarkeit und Vermarktung im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa leisten.

Ziele

- ▶ Stärkere Präsenz auf allen Kanälen
- ▶ Zielgruppe erweitern durch höhere Reichweite und Zielgruppen binden
- ▶ Know-how bei den Orten und Betrieben erhöhen (in Kooperation mit der TMB Tourismusakademie Brandenburg, DEHOGA, IHK)

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Social Media-Marketing** (Aufgabe der größeren Tourismusorte, Tourismus-organisationen, Betriebe)
 - Fotowettbewerb, um User-generated Content zu erhalten und die Fotos für die Accounts zu nutzen, Anreiz: als Gewinn eine Übernachtung in einem Beherbergungsbetrieb im Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa

Instagram für jüngere Zielgruppen

- tägliche Postings von Landschaftsaufnahmen oder stimmungsvollen Fotos von Gästen in einem Beherbergungsbetrieb aus dem Landkreis Spree-Neiße/ Wokrejs Sprjewja-Nysa, um bei den potenziellen Gästen eine „Ich will dorthin“-Stimmung zu erzeugen
- Food Pictures von gastronomischen Betrieben, Einblicke in die Hintergrundkulissen wie die Küche (Story-, Highlight-Funktionen)

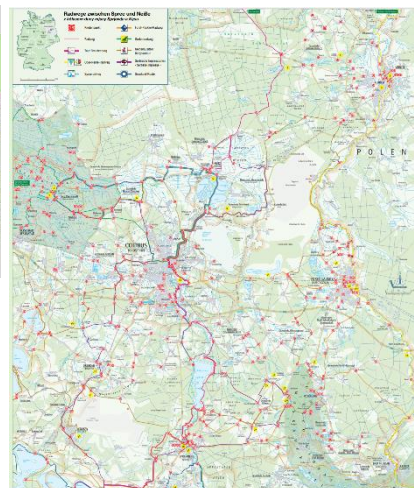
Facebook für ältere Zielgruppen

- aktuelle Beiträge zu Veranstaltungen
- Tipps und Informationen über geführte Wanderungen und Rad- und Wanderrouten (POIS an den Touren)
- ▶ “Aktivierendes“ Marketing mit Online-Kampagnen (adwords, Banner, Aktionen, Gewinnspiele mit Plattformen von Medien, Tourenplanern, TMB etc.)
- ▶ Workshops und Schulungen für touristische Akteure zur Aneignung von speziellen Online- und Social-Media-Marketing Kenntnissen in Kooperation mit den Tourismusorganisationen.

4.5.3 D3 Weiterentwicklung des Kartenmaterials (analog, digital)

D3 Entwicklung des Kartenmaterials

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gibt seit mehreren Jahren eine landkreisweite Radkarte mit den wichtigsten „Point-of-Interests“ heraus, zuletzt anlässlich der neuen Knotenpunktwegweisung. Diese handliche Printvariante hat nach wie vor ihre Berechtigung, da sie beide Tourismusregionen abdeckt und auch nach Innen in Richtung Bevölkerung wirkt (Kreisbewusstsein, Lebensqualität). Mit den neuen Seen werden auch neue Radwege geschaffen bzw. müssen teils räumlich noch bestehende Lücken geschlossen werden. Daher muss das Kartenmaterial regelmäßig aktualisiert werden.



Neben den analogen Radkarten werden aber vor allem die **digitalen Karten immer wichtiger** und dabei vor allem das **Einpflegen qualifizierter Touren in die interaktiven Tourenplaner**. Dort stammen aktuell die meisten (attraktiv aufgemachten und auch getesteten) Tourenvorschläge aus der Region von www.urlaubsreich.de, dem „Ausflugportal der Lausitz“ bzw. der Lausitzer Rundschau, von der TMB, der Outdooractive Redaktion selbst oder auch von der Community. Die Tourismusorte bzw. Reiseregionen können hier zusätzlich noch weitere Radtouren, aber auch Wander- oder Kanutouren einpflegen, mit Zwischenstopps bei Ausflugsbetrieben und kleinen und großen Attraktionen entlang der Wege. Je besser der Content bei den Tourenbeschreibungen, desto höher das Ranking der Tourenvorschläge. So lassen sich z. B. gezielt Themenrouten vermarkten.

Ziele

- ▶ Beste Information und Orientierung für Radtouristen sowohl online als auch offline (als wichtiges Qualitätsmerkmal der „Premium Radregion“ im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa/)
- ▶ Mehr Sichtbarkeit für Wegenetze und Tourenangebote aus dem Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Regelmäßige Aktualisierung Print-Radkarte
- ▶ Flächendeckend qualifizierte Toureneinträge (Rad, Wandern, Kanu) in interaktive Online-Tourenplaner wie outdooractive.de oder komoot.de (Aufgabe der Orte und Tourismusverbände; bestehende und neue Routen, mit Einbindung der Betriebe entlang der Routen), ggf. auch Bewerbung über Kampagnen auf diesen Portalen, die eine sehr große Reichweite bei der Kernzielgruppe haben.
- ▶ Regelmäßige Mitteilung von Änderungen an Kartenverlage.

4.5.4 D4 Persönliche Information vor Ort, Kampagne „Lieblings-Gastgeber“

D4 Erweiterung der persönlichen Informationen vor Ort

Neben der optimalen digitalen Kommunikation ist auch die persönliche Kommunikation vor Ort entscheidend für höchste Zufriedenheit der Gäste. Die Kommunikation erfolgt in den Tourist-Informationen, Besucherattraktionen, Gastbetrieben und anderen, auch nicht-touristischen Betrieben. Gastfreundschaft wird überall gelebt und sie entscheidet über den Gesamteindruck der Reise. Dabei sind auch die Einheimischen eine wichtige Zielgruppe: Auch sie sollen sich ihrer Gastgeber vor Ort noch besser bewusstwerden.

Der Tourismusverband Lausitzer Seenland hat im Frühjahr 2020 eine Kampagne auf den Weg gebracht, die nach außen, aber vor allem auch nach innen wirken soll. Unter dem Titel „Vom Bergmann zum Seemann“ werden Familien mit Kindern, Schulklassen, Reisegruppen mit einem attraktiven, außergewöhnlichen „Ausmalbuch“ Informationen zur Geschichte der Landschaft im Wandel und die besonderen Geschichten der Region gegeben. Die Nutzer sollen die Geschichte der Region damit weiterschreiben, weitermalen – und sie können auch ihren Lieblingsort benennen. Diese Aktion wird aus Mitteln der Lausitzbeauftragten finanziert.

Ziele

- ▶ Initiative bzw. Kampagne für beste gelebte Gastfreundschaft, die sowohl Gäste, Einheimische und Gastgeber (im weitesten Sinne) einbindet – damit Wirkung nach innen und außen
- ▶ Gastgeber für Qualität und persönlichen Service sensibilisieren, durchgängige Servicequalität erreichen
- ▶ Gastgeber und ihre persönlichen Geschichten zeigen, neue Serviceideen für Gäste
- ▶ hohe Sympathie für die Gastgeber, höchste Gästezufriedenheit, hohe Weiterempfehlungsraten – starkes Image und mehr Wertschöpfung

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ **Initiative bzw. Kampagne „Lieblings-Gastgeber“**, die alle Beteiligten einbindet: TIs, Besucherattraktionen, Freizeiteinrichtungen, Gastronomie, Beherbergung, weitere Akteure.
- ▶ **„Mitmach-Aktionen“, Wettbewerbe** um den Titel „Lieblingsgastgeber“, empfohlene Betriebe, Geschichten über besondere Aktionen oder kleine besondere Gesten der Gastgeber, Verknüpfung mit Brandenburger Gastlichkeit.
- ▶ **Dazu emotionale crossmediale Kommunikation:** Kampagnen-Website mit den Lieblingsgastgebern bzw. Social Media-Auftritt (temporär – Inhalte werden später in die Auftritte der Reiseregionen integriert), sichtbare Elemente der Zugehörigkeit zur Initiative bzw. der Beteiligung an der Kampagne (Siegel, Aufkleber, Plakat und/oder Flyer), Pressearbeit, Einzelberichterstattung und – noch besser – Themenserie in den Tages- und Wochenendzeitungen, analoge und digitale Tools, die die Partner in ihrer eigenen Kommunikation einsetzen können, spektakuläre Preise für die Wettbewerbe, die medienwirksam verliehen werden (z. B. Rundflüge über den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa), am Ende Handbuch mit den besonderen Serviceideen, die daraus entstanden sind.
- ▶ **Schulungen oder auch Ideen-Werkstätten zu den Themen Service-Qualität** (Einbindung Qualitätsinitiativen, DEHOGA, IHK, weitere Partner).
- ▶ Dazu **Kampagnenkonzept entwickeln, Finanzierungs-, Anschließermmodell**, Partner für die Umsetzung gewinnen (Laufzeit 2-3 Jahre).

4.5.5 D5 Entwicklung einer Auslandsmarketing-Kampagne

D5 Entwicklung einer Auslandsmarketing-Kampagne
<p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Noch stärker Beachtung und gezielte Ansprache des polnischen und tschechischen Markts (auch vor dem Hintergrund, dass sich die Krafftkraft in den Ländern kontinuierlich erhöht) ▶ mehr Übernachtungsgäste, mehr Wertschöpfung
<p>Maßnahmen, Schritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung neuer Kommunikations- und Kampagnenideen zur Ansprache des polnischen und tschechischen Marktes (→ Aufgabe Tourismusorganisationen in Kooperation mit der TMB / DZT). ▶ Dabei klare räumliche Arbeitsteilung: <ul style="list-style-type: none"> – Konzentration Tourismusverband Lausitzer Seenland auf Tschechien – Konzentration Tourismusverband Spreewald auf Polen ▶ Dabei Impulse geben bei TMB und insbesondere DZT, die Marktforschungsdaten für die direkten Nachbarländer zu verstärken, um mehr, fundiertes Know-how über die Motive, Anforderungen und das aktuelle Informations-, Buchungs-, Reise- und vor allem auch Ausflugsverhalten der polnischen und tschechischen Gäste zu erlangen. ▶ Mehrsprachigkeit auch für Gäste aus diesen Ländern verbessern (in den Online- und Printmedien, in den Betrieben vor Ort). ▶ Fortsetzung der Zusammenarbeit mit Cottbus/Chósebus (Kooperationsvertrag des Landkreises zur Vermarktung in Polen).

4.5.7 D6 Erarbeitung einer Heimatmarkt-Kampagne

Der „Heimatmarkt“, also die Einheimischen selbst bzw. mit ihren Verwandten- und Bekanntenbesuchen sind eine wertvolle Quelle für Tagesausflüge, in seltenen Fällen auch für kurze Übernachtungsaufenthalte, die für die touristischen Akteure im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa noch besser erschlossen werden können.

Ziele

- ▶ Information und Motivation der Einheimischen zu Ausflugsmöglichkeiten im Landkreis bzw. im Spreewald und im Lausitzer Seenland
- ▶ Steigerung der Akzeptanz, des Bewusstseins bei den Einheimischen für den Tourismus im Landkreis
- ▶ Stärkung der touristischen Betriebe und Einrichtungen, Impulse für junge Fachkräfte
- ▶ Nutzung von Tourismus für das Standortmarketing, das Ansiedlungsmanagement und die Gewinnung von Fachkräften für neue Branchen, die im Rahmen des Strukturwandels angesiedelt werden bzw. wachsen sollen.

Maßnahmen, Schritte: Spree-Neiße-Kreis

- ▶ Informationen für Einheimische über Veranstaltungen, Einrichtungen, Touren im Landkreis (über die Websites der Tourismusverbände und in Kooperation mit den weiteren bestehenden Anbietern / Plattformen)
- ▶ Herausstellen von Highlights, Geheimtipps im Landkreis
- ▶ Angebote für Zielgruppen: für Familien, für Schulklassen, für Vereine.
- ▶ Authentische Ratgeber: Influencer Marketing durch Einheimische auf allen Social-Media-Kanälen
- ▶ Kampagne über alle Kommunikationskanäle (Schwerpunkt Social Media, aber auch Print in Tageszeitungen und Wochenendblättern, Pressearbeit)
- ▶ Entwicklung eines besonderen Kampagnen-Designs und Hashtags für die Heimatmarkt-Kampagne
- ▶ Stärkere Einbindung von Informationen zum Freizeitwert in das Standortmarketing.

Vernetzung mit Projekt „D4 Persönliche Information vor Ort, Kampagne „Lieblings-Gastgeber“

4.7 Projekte Qualität (Handlungsfeld E.)

Der weitere Ausbau von Zertifizierungen und Klassifizierungen ist weiterhin Kern der Qualitätsstrategie im Spree-Neiße-Kreis. Hierzu Zertifizierung zur ADFC-Radreiseregion prüfen. Der Nachhaltigkeitsmonitor analysiert periodisch den Stand der Nachhaltigkeit im Tourismus im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa und schlägt über eine Arbeitsgruppe passende Maßnahmen vor.

Tabelle 11: Maßnahmen Handlungsfeld E „Qualität und Nachhaltigkeit“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		K	m	l
E1	Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen	(x)	x	x	x	+++		x	x
E2	Nachhaltigkeitsmonitor	x		x	x	++	X	x	x

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld E werden nachfolgend wie folgt beschrieben:

4.7.1 E1 Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen

E1 Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen
<p>Auch wenn sich viele Gäste heute vor allem an den Bewertungen in den Hotelbuchungs- und Hotelbewertungsportalen orientieren, sind die Zertifizierungen und Klassifizierungen wichtige Orientierungsgrößen gerade für neue Gäste. Außerdem gibt die Arbeit mit Qualitätsinitiativen wichtige Hinweise für betriebliche Verbesserungen, die nicht nur dem Gast, sondern auch den Mitarbeitern und Unternehmern zugutekommen. Aktuell gibt es bereits eine Auswahl an zertifizierten bzw. klassifizierten Betrieben im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa, die Zahl ist aber noch ausbaufähig. Auch die Service-Q-Zertifizierung kann noch vorangetrieben werden – hier gibt es mit Burg (Spreewald)/Bórkowy (Blota) ja ein sehr gutes Vorbild im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa.</p> <p>Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktivität der Angebote systematisch erhöhen ▶ Qualitätsbewusstsein und -standards sichtbar machen ▶ Anzahl zertifizierter und klassifizierter Betriebe erhöhen, Betriebe zur Teilnahme motivieren ▶ Im Radtourismus Angebotsstärken noch deutlicher machen <p>Maßnahmen, Schritte</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Anreize für eine Klassifizierung oder Zertifizierung schaffen, insbesondere DEHOGA Hotelsterne, DTV Sterne Gasthöfe, Pensionen, Ferienwohnungen, Campingplätze, Bett+Bike, (in Teilräumen auch Wanderbares Deutschland), Brandenburger Gastlichkeit, Service Qualität Deutschland ▶ Natur- und Ökologie-Labels verstärkt einsetzen (Nachfragetrend)

E1 Ausbau Zertifizierungen, Klassifizierungen

- ▶ Verantwortlichen „Kümmerer“ für die Weiterentwicklung der Qualitätsbetriebe ernennen
- ▶ Synergien mit Nachbarregionen nutzen
- ▶ Ausbau der ergänzenden Infrastruktur (Fahrradboxen etc.)
- ▶ Schulungen, Workshops für die Entwicklung zur Qualitätsgastronomie bzw. Weiterentwicklung zur Sterne-Küche
- ▶ Nutzung regionaler Produkte, Eigenproduktion ggf. von Bio-Höfen

▶ **Zertifizierung zur ADFC-Radreiseregion prüfen:**

Zugangsvoraussetzungen: z. B. Schulungsverpflichtungen für den Qualitätsbeauftragten, die touristische Destination bildet eine Marke und es gibt min. 3 Übernachtungsorte

Pflichtkriterien:

– **Anforderungen an das Routennetz:**

- mindestens 30 km/100 km² Gesamtnetz
- einheitliche Zielwegweisung
- jährliche Kontrolle der Wege

✓ Im LK SPN im Wesentlichen erfüllt.

– **Anforderungen an die regionalen Routen:**

- mindestens 10 km/100 km² regionale Routen
- Auswahl von mindestens 10 regionalen Routen aus Vermarktung
- Abdeckung der gesamten Destination
- Routenlänge 25–65 km

✓ Im LK SPN im Wesentlichen erfüllt.

– **Anforderungen an die Übernachtungsorte:**

- Mindestabstand der Übernachtungsorte entspricht der Streckenlänge der „Tagestouren“ (25–65 km)
- mindestens eine Infotafel an zentralem Standort
- mindestens ein Infopunkt (mündliche Informationen) mit Reparaturset
- Mietradangebot nach Vorbestellung
- Bereitstellung von mindestens 3 Übernachtungskategorien

✓ Im LK SPN teilweise erfüllt, prüfen.

– **Anforderungen an die touristische Destination:**

- Darstellung des regionalen Routennetzes in Karten (1:50.000 – 1:75.000), Bewerbung in Flyern/Broschüren
- je 5 ÜN-Orte muss eine Tourist-Information mit i-Marke und Reparaturset vorhanden sein
- je 5 ÜN-Orte muss mindestens eine Fahrradvermietung vorhanden sein
- je 5 ÜN-Orte muss mindestens eine Fahrradreparatur mit handelsüblichen Öffnungszeiten vorhanden sein
- Internetauftritt der Destination mit: Radregion auf der Einstiegsseite, Darstellung der Themenrouten, nach Zielgruppen sortiert, Kartendarstellung (ausdruckbar), Beherbergungsverzeichnis

✓ Im LK SPN überwiegend erfüllt (flächendeckendes Vorhandensein TIs, Radvermietungen prüfen)

4.7.2 E2 Nachhaltigkeitsmonitor

E2 Nachhaltigkeitsmonitor

Das Thema Nachhaltigkeit wird in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen immer mehr zu einem Basiselement und zu einer, von den Meisten, erwarteten Selbstverständlichkeit. Das gilt natürlich auch im Tourismus, hier besonders bei Naturtouristen. Auch im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa muss Nachhaltigkeit mit seinen Aspekten Umwelt, Soziales und Wirtschaft künftig im Tourismus zu einem selbstverständlich mitgedachten Aspekt jeglichen Handelns werden.

Ziele

- ▶ Bewusstsein für Nachhaltigkeit steigern
- ▶ Mit nachhaltigen Projekten und touristischen Angeboten profilieren
- ▶ Thema Nachhaltigkeit systematisch entwickeln

Maßnahmen, Schritte

- ▶ Informationen und Unterstützung der Betriebe beim Einsatz von Nachhaltigkeitslabeln und generell nachhaltiger Betriebsführung (Energie sparen, Mitarbeiterorientierung, langfristig erfolgreiches Wirtschaften).
- ▶ Auch mit den Gästen zusammen kann das Thema Nachhaltigkeit gespielt werden, beispielsweise was ÖPNV-Nutzung angeht oder dem Konsum regionaler Produkte.
- ▶ Beim Landkreis (neue Kraft) oder den beiden regionalen Tourismusorganisationen könnte zudem ein Mitarbeiter die Teilzeitaufgabe des „Nachhaltigkeitsmanagers“ übernehmen, und bei allen relevanten Aktivitäten darauf achten, dass Nachhaltigkeitsaspekte gebührend berücksichtigt sind. Diese Fachkraft kann auch Betriebsbesuche zu diesem Thema durchführen und dabei mit den Betrieben checklisten-gestützte Gespräche führen. Dies dient auch dem Innenmarketing und dem besseren Zusammenhalt.
- ▶ In Zukunft müssen alle touristischen (Infrastruktur-)Maßnahmen auch immer in Hinblick auf ihre Wirkungen auf die Einheimischen geprüft und konzipiert werden, um die Akzeptanz und den Nutzen des Tourismus für die Bürgerinnen und Bürger zu steigern und somit die soziale Nachhaltigkeit zu sichern – auch darum kann sich der „Nachhaltigkeitsmanager“ kümmern.
- ▶ Um das Thema systematisch zu entwickeln, wird ein „Nachhaltigkeitsmonitor“ eingesetzt, der Maßnahmen und Kennwerte zum Thema erfasst (z. B. Zahl der Betriebe die mit Nachhaltigkeitslabeln arbeiten, Zahl der Betriebe, die zum Thema Nachhaltigkeit beraten wurden, Fahrgastzahlen (touristischer) ÖPNV, Zahl Radfahrer auf touristischen Radwegen (erfolgt bereits), Anzahl Betriebe, die Ladestationen für E-Fahrzeuge bereit halten, Anzahl der Betriebe, die einen maßgeblichen Anteil ihrer Waren von regionalen Zulieferern beziehen, Maßnahmen zur Kommunikation touristischer Projekte und Wirkungen in Richtung Einheimische, Eigenkapitalquoten von touristischen Unternehmen (erfolgt beispielsweise bereits durch Sonderauswertungen für das Tourismusbarometer durch Auswertung interner Daten der Sparkassen und gibt Hinweise auf die wirtschaftliche „Gesundheit“ und damit die wirtschaftliche Nachhaltigkeit der Branche).
- ▶ Für den „Nachhaltigkeitsmonitor“ sind die Datengrundlagen teils schon vorhanden, teils können sie aus bestehenden Quellen genutzt werden, teilweise sind dazu auch neue, periodische Erhebungen erforderlich. Der Nachhaltigkeitsmonitor kann auch ausgebaut werden zu einem regionalen Tourismusmonitor, in den weitere Daten eingeflegt werden wie

E2 Nachhaltigkeitsmonitor

Besucherzahlen von touristischen Einrichtungen, Anzahl Ankünfte und Übernachtungen, Anzahl Betriebe und Betten, Anzahl Mitarbeiter im Gastgewerbe etc. Dies kann dann auch zur gewünschten periodischen Information der politischen Gremien im Spree-Neiße-Kreis eingesetzt werden.

4.8 Projekte Digitalisierung (Handlungsfeld F.)

Das Land Brandenburg stellt öffentliche Außen-WLAN-Hotspots auf kommunalen touristischen Flächen zur Verfügung, die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH bietet umfassende technologische Lösungen für ein landesweites Contentnetzwerk mit strukturierten, vernetzten POI- und Veranstaltungsdatenbanken (DAMAS) und Online-Reservierungssystem (TOMAS) sowie digitale Touchpoints vor Ort. Über die Tools „Mein Brandenburg“ und „Mini Brandenburg“ können Destinationen, touristische Betriebe und Einrichtungen digitale Inhalte der Region auf ihren Websites kostenfrei ausspielen. Mit dem daraus entstandenen digitalen Netzwerk ist das Reiseland Brandenburg heute führend im Tourismus (andere Bundesländer ziehen aktuell nach). Im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sind schon viele Kommunen und Betriebe dabei – es sollen künftig noch mehr werden.

Digitalisierung betrifft allerdings nicht nur die Bereiche Kommunikation und Vertrieb, sondern heute geht es auch um die Digitalisierung sämtlicher Geschäftsprozesse (z. B. Check in-/out, digitale Steuerung von Heizung und Strom, Einkauf-, Warenwirtschaft, Personalwirtschaft). Damit lassen sich Kosten sparen, aber auch die Personalressourcen optimieren. Dazu wird auf die Informationen und Unterstützungsangebote auf der Website des Tourismusnetzwerkes Brandenburg verwiesen. Dort finden sich auch die aktuellen Förderangebote für digitale Vorhaben (Brandenburger Innovationsgutschein BIG-digital).

Tabelle 12: Maßnahmen Handlungsfeld F „Digitalisierung“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
F1	Verbesserung der Online Buchbarkeit			x	x	+++	x	x	x
F2	Ausbau des POI-, Content-Netzwerkes		x	x	x	+++	X	x	x

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld F werden nachfolgend wie folgt beschrieben:

4.8.1 F1 Verbesserung Online Buchbarkeit

F1 Verbesserung Online Buchbarkeit (Betriebe direkt + Tourismusverbände)

Übernachtungen und Pauschalen müssen heute direkt online buchbar sein: bei den Beherbergungsbetrieben selbst, in den Hotel- und Reiseportalen und auf den Seiten der Reiseregionen (beide Tourismusverbände arbeiten hier mit im-web.de bzw. HRS Destination Solutions GmbH). Betriebe müssen in möglichst vielen passenden Kanälen verfügbar sein und dazu die beste Auswahl treffen. Moderne Channel-Management-Systeme sorgen dabei dafür, dass Echtzeitbuchungen nicht zu Doppelbuchungen führen und bieten auch Tools für das Pricing- bzw. Yieldmanagement an.

Neben der Buchung von Übernachtungsangeboten wird künftig aber auch die **Online-Buchbarkeit von Erlebnissen, Eintrittskarten oder Veranstaltungstickets** immer wieder wichtiger – als Marketing- und Vertriebsinstrument der Besucherattraktionen und in Zeiten sehr hoher Nachfrage auch für die Steuerung von Besucherströmen (z. B. Vergabe von Zeitfenstern für Besichtigungen, Vermeidung langer Wartezeiten). Auch für diesen Vertriebsweg müssen entsprechende Plattformen ausgewählt, für das Online-Ticketing zum Betrieb passende Technologien geprüft werden. *Hinweis: Der Tourismusverband Lausitzer Seenland prüft dazu aktuell Lösungen wie Bookingkit oder Regiondo.*

Viele Betriebe und Einrichtungen sind längst im Online-Geschäft tätig, einige benötigen aber noch Impulse und Hilfestellungen (über die Tourismusverbände).

Ziele

- ▶ Bessere Auslastung der Betriebe
- ▶ Mehr Online-Buchungsgeschäft für Betriebe und Einrichtungen, Optimierung Vertriebskosten und Betriebsprozesse
- ▶ Stärkung der Online-Vertriebsangebote der Tourismusverbänden
- ▶ stärkere Präsenz der Reiseregionen und starken Tourismusorte in den Online-Vertriebsplattformen (für Übernachtungen, aber auch Freizeitangebote, Tickets etc.)

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Know-how für die Betriebe zur Online-Buchbarkeit Übernachtungen und Tages-, Freizeiterlebnisse und weiteren digitalen Geschäftsprozessen vermitteln über Schulungen, Workshops mit den Tourismusverbänden und Technologieanbietern, Vertriebsberatern, mit der TMB
- ▶ Handlungsleitfaden, Selbstcheck für die Betriebe und Einrichtungen

4.8.2 F2 Ausbau des POI-, Content- Netzwerkes

F2 Ausbau des POI-, Content- Netzwerkes

Das ContentNetzwerk Brandenburg (CONI) ist das Netzwerk im Land Brandenburg zur Produktion touristischer Informationen. Dieses erfolgt über eine dezentrale Dateneingabe und -pflege in drei von der TMB Tourismus Marketing Brandenburg GmbH zentral bereitgestellte Datenbanken (DAMAS, Veranstaltungsdatenbank und TOMAS). Die Daten werden auf über 50 Websites und in Apps (z. B. „DB Ausflug“) ausgespielt. Über die Produkte „MeinBrandenburg“ und „Mini-Brandenburg“ können alle touristischen Akteure (Kommunen / Tourismusstellen, Attraktionen und Betriebe) aktuelle touristische Daten über eigene und Partnerwebsites ausspielen.

- ▶ „MeinBrandenburg“ spielt Informationen aus den zentralen Datenbanken der TMB für POIs, Veranstaltungen und buchbare Angebote auf allen digitalen Endgeräten aus.
- ▶ Mit "MiniBrandenburg" können aktuelle Veranstaltungen, Touren in der Umgebung, Gastronomie und Unterkünfte und vieles mehr aus den zentralen touristischen Datenbanken Brandenburgs auf den eigenen Webseite der TIs und Betriebe einfach und kostenfrei eingebunden werden.

Damit verbunden ist aber auch eine Bringschuld für die Tourismusstellen in den Kommunen, Attraktionen und Betriebe. Je mehr sich mit qualifiziertem Content beteiligen, umso besser die digitale Information für den Gast (und den Einheimischen).

Ziele

- ▶ **Grundlagen für umfassende und aktuelle Information der Gäste schaffen**
- ▶ **flächendeckend DAMAS, Veranstaltungsdatenbank, TOMAS nutzen, „MeinBrandenburg“ und „MiniBrandenburg“ nutzen, mit bestem und aktuellem Content füllen:**
- ▶ **Contentnetzwerk der TMB stärken, Digitalisierung vorantreiben**
- ▶ **Grundlagen für digitale Infostelen und neue touristische Webs schaffen**

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Beteiligung aller Kommunen, auch bei der POI-Dateneingabe /-pflege
- ▶ Landkreis muss die Voraussetzungen schaffen (Breitbandausbau, touristische W-LAN Hotspots)
- ▶ Schulungen, Information, Motivation der Akteure

4.9 Projekte Kooperationen (Handlungsfeld G.)

Priorität im Handlungsfeld Kooperationen hat für den Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa die Zusammenarbeit mit Cottbus/Chóšebuz (G2), zumal es hier künftig mit dem Cottbuser Ostsee auch einen neuen touristischen Schwerpunktbereich gibt, der auch Standort für eine weitere BUGA in Cottbus/Chóšebuz werden soll. Weiterhin ist Cottbus mit seinen Angeboten in den Bereichen Theater, Konzerte, Tierpark, Stadterlebnis, Parkanlagen, Baden und Einkaufen ein wichtiges Komplementärziel für Natur- und Aktivtouristen. Um die im Tourismus finanziell und personell teils nur schwach aufgestellten Orte zu stärken, bietet sich eine deutlich stärkere Zusammenarbeit jeweils mehrerer Kommunen an, die in die formelle Gründung einer Touristischen Arbeitsgemeinschaft (TAG) (G3) münden kann. Weiteres Projekt ist ein Netzwerk Binnenmarketing und Lobbyarbeit (G1). Permanent wichtig bleibt darüber hinaus die Zusammenarbeit mit den Nachbarlandkreisen, mit und zwischen den beiden regionalen Tourismusorganisationen (Spreewald, Lausitzer Seenland), der TMB Tourismus Marketing Brandenburg, den touristischen Fachverbänden, den Naturorganisationen und Partnern aus benachbarten Branchen, ohne dass das hier als eigenständiges Projekt formuliert ist. Gleiches gilt in besonderer Weise für die Zusammenarbeit mit Polen, insbesondere im Rahmen der Euroregion Spree-Neiße-Bober, aus der sich sowohl intensiver inhaltlicher Austausch als auch gemeinsame Projekte und Fördermöglichkeiten ergeben.

Tabelle 13: Maßnahmen Handlungsfeld G „Kooperationen“

Projekte und Maßnahmen		Zuständigkeit				Priorität	Zeithorizont		
		LK SPN	Orte	Tourist. Verbände	Betriebe		k	m	l
G1	Netzwerk Binnenmarketing und Lobbyarbeit	x		x	x	++		x	x
G2	Kooperation mit Cottbus/ Chóšebuz	x	x	x		+++	x		
G3	TAG-Bildung Orte		x	x		+++	x		

Die einzelnen Maßnahmen in Handlungsfeld G werden nachfolgend wie folgt beschrieben:

4.9.1 G1 Netzwerk Binnenmarketing

G1 Netzwerk Binnenmarketing

Das Thema Tourismus hat in der Kreisverwaltung Spree-Neiße und in einigen Kommunen noch nicht durchgängig den Stellenwert, dass es aufgrund seiner besonderen Bedeutung und Effekte als Image-, Standort-, Wirtschaftsfaktor haben sollte. Damit der Strukturwandel gelingt und auch das Thema Lebensqualität besser gespielt werden kann, braucht es eine stärkere Bewusstseinsbildung für die Bedeutung des Tourismus.

Ziele

- ▶ Stärkung des Tourismusbewusstseins und der Rolle im „Strukturwandel“
- ▶ Stärkung Zusammengehörigkeit, Zusammenarbeit, Austausch auf allen Ebenen

G1 Netzwerk Binnenmarketing

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Intensivierung der Treffen der Touristiker und der Abstimmungen zu touristischen Belangen / Themen, des Erfahrungsaustausches
- ▶ Verstärkung der Kommunikations-, Social Media-Aktivitäten zu touristischen Themen und Effekten, d. h. auch in kommunalen Auftritten touristisches Innenmarketing, Veranstaltungen, Pressearbeit, regelmäßig „Tage des Tourismus“ im Landkreis Spree-Neiße bzw. der Tourismusverbände, „Tage der Offenen Tür“ in touristischen Einrichtungen, für die Bevölkerung, Betriebe, Verwaltungen, Politik)
- ▶ Hinarbeiten auf regelmäßige Befassung mit dem Thema Tourismus in den relevanten politischen Gremien (Wirtschaftsausschuss, Kreistag, Räte in den Kommunen
- ▶ Stärkere Kommunikation, Abstimmung und Zusammenarbeit mit den benachbarten Kommunen (→ G3 siehe unten).

4.9.2 G2 Kooperation mit Cottbus/Chósebusz

G2 Kooperation mit Cottbus/Chósebusz

Der Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa umschließt die Stadt Cottbus/Chósebusz. Cottbus/Chósebusz ist wichtiger Quellmarkt für Freizeitangebote im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa und Ausflugsziel für Gäste während ihrer Aufenthalte im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa. Die touristischen Wechselwirkungen sind wichtig.

Ziele

- ▶ Mehr Gästeaustausch für längere Aufenthalte (sowohl im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa als auch in Cottbus/Chósebusz)
- ▶ bessere Positionierung als Region
- ▶ Stärkung Oberzentrum

Maßnahmen, Schritte:

- ▶ Umfassende Darstellung der Ausflugsmöglichkeiten im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa in der Tourist-Information und Cottbus/Chósebusz und in der Online-Kommunikation
- ▶ Umfassende Darstellung der Kulturangebote, Veranstaltungsangebote, Besichtigungsziele, Freizeitziele (Hallenbäder etc.) und des Stadterlebnisses (mit Einkaufen) in der Print- und Onlinekommunikation der Orte (und Betriebe) im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa sowie der Destinationsorganisationen Spreewald und Lausitzer Seenland
- ▶ Exkursionsprogramme für TI-Mitarbeiter und Mitarbeiter Rezeptionen in Hotels zum persönlichen Kennenlernen der Ziele als Basis für persönliche Tipps an die Gäste
- ▶ Gemeinsame Aktivitäten im Europäischen Parkverbund Lausitz
- ▶ Nutzung der BUGA Cottbus/Chósebusz für die gemeinsame touristische (Infrastruktur-)Entwicklung am Cottbuser Ostsee
- ▶ Enge Kooperation im Rahmen der Aufgaben im Strukturwandel, hier: Fokus auf gemeinsamen touristischen Vorhaben
- ▶ gemeinsame Vermarktung in Polen

4.9.3 G3 TAG-Bildung Orte

G5 TAG-Bildung Orte

Im Landkreis Spree-Neiße/Wokrejs Sprjewja-Nysa gibt es wenige touristisch starke Orte und eine Reihe kleinerer Orte mit, gemessen an der Zahl der Übernachtungen, geringer touristischer Nachfrage. Entsprechend unterschiedlich ist auch die Ressourcenausstattung. Durch Bildung touristischer Arbeitsgemeinschaften sollen stärkere Einheiten für Betreuung der Betriebe, Entwicklung von Angeboten und die Information der Gäste geschaffen werden.

Ziele

- ▶ Regionale und themenbezogene Zusammenarbeit der Kommunen
- ▶ Professionalisierung der örtlichen Tourismusarbeit durch Schaffung größerer Einheiten

Maßnahmen, Schritte:

Aufnahme von Gesprächen und Planungen, in Schritten über Kooperationsvereinbarungen über feste informelle Zusammenarbeit, Kooperationsverträge über mit Budget ausgestattete Zusammenarbeit bis hin zu gemeinsam getragenen örtlichen touristischen Organisationen zu kommen.

Mögliche Kooperation sollten um die starken Tourismusorte herum aufgebaut werden.

Denkbar sind u. a. diese Kombinationen:

- ▶ Guben mit Schenkendöbern
- ▶ Spremberg/Grodk mit Drebkau/Drjowk und Welzow/Wjelcej (aktuell bereits Gespräche u. a. zu radtouristischen Themen)
- ▶ Forst (Lausitz)/Baršč (Łużyca) mit Amt Döbern-Land, und Neuhausen (Spree)/Kopańce/Sprjewja
- ▶ Amt Peitz/Picnjo: hier sehen wir auf Basis der aktuellen Stärken und der künftigen Perspektiven sowie der ggf. geeigneteren Kooperationspartner für die Nachbarkommunen, ähnlich wie bei Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota), keinen Bedarf für eine Beteiligung an TAG-Bildungen. Allenfalls ist hier eine engere Kooperation mit Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) denkbar, weil Peitz/Picnjo ebenfalls Mitglied im Tourismusverband Spreewald ist. Über die Perspektiven mit dem Cottbuser Ostsee könnte aber auch eine Doppelmitgliedschaft perspektivisch auch im Lausitzer Seenland interessant werden.
- ▶ Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota): ggf. könnte es für Kolkwitz/Golkojce interessant sein, eine stärkere Kooperation mit Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota) und Peitz/Picnjo anzugehen.