



Mecklenburgische
Seenplatte

Touristisches
Leitbild

Mecklenburgische Seenplatte 2020

www.Mecklenburgische-Seenplatte.de



Den Anstoß zu diesem Leitbild gab die Bewerbung des Müritz-Nationalparks und des Tourismusverbandes Mecklenburgische Seenplatte e.V. für die Auszeichnung „Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“, in dessen Rahmen dieses Leitbild in gemeinsamer Arbeit entstanden ist.

Im Miteinander von Touristikern, Tourismusorganisationen, Vertretern der Nationalen Naturlandschaften sowie regionaler Planungsbehörden und Kommunen sind viele Ideen und Sichtweisen diskutiert und zusammengeführt worden. Rund 50 Akteure beteiligten sich in zwei Veranstaltungen im November 2009 und März 2010. Mit großem Engagement sind zusätzlich einzelne Beiträge zur Leitbilddiskussion eingereicht worden. Die Begleitung dieses Entstehungsprozesses wurde von der dwif-Consulting GmbH Berlin übernommen.

Leitbilddiskussionen sind in unserer Region nicht neu. Der Regionale Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte hat bereits mit dem Leitbild „natürlich! Mecklenburgische Seenplatte“ einen Diskussionsprozess angestoßen, der weit über ein touristisches Leitbild hinaus die Zukunftsperspektiven der Region betrachtet. Das hier vorliegende Tourismusleitbild versteht sich als Teil dieses übergeordneten Entwicklungsrahmens und bezieht weitere bereits erarbeitete touristische Leitbilder von Teilregionen mit ein. Das Leitbild begleitet uns in die Zukunft und wird fortgeschrieben.

Es beinhaltet:

Unser Selbstverständnis	3
Allgemeine Herausforderungen	6
Unsere Leitlinien – Mecklenburgische Seenplatte 2020	7
Unsere Handlungsschwerpunkte	8
Ausblick	10
Visionen wagen, neue Wege suchen – langfristige Zukunftsaufgaben nicht nur für Touristiker ...	11
Impressum	16

Wolf-Dieter Ringguth
Vorsitzender Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.

Röbel/Müritz, 16. Mai 2011



Unser Selbstverständnis

Botschaft 1:

Mecklenburgische Seenplatte,
das ist Ursprünglichkeit der Landschaft,
Zusammenspiel von Wasser und Land,
Wasser, von Land umgeben.



Unser Selbstverständnis

Botschaft 2:

Wir sind die größte natürliche und vernetzte wassertouristische Destination in Deutschland und Mitteleuropa.



Unser Selbstverständnis

Botschaft 3:

Unser Fundament ist die herausragende Natur. Nirgendwo in Deutschland ist die Dichte an nationalen Naturlandschaften so hoch, wie in der Mecklenburgischen Seenplatte. Sehr hohen Bekanntheitsgrad hat der Müritz-Nationalpark.

Allgemeine Herausforderungen



Soziodemographie

Im Zuge des demographischen Wandels sind wir mit rückläufigen Zahlen von Einwohnern und Erwerbstätigen sowie Überalterung konfrontiert. Immer mehr Gäste werden perspektivisch verstärkt der 70plus Generation angehören. Fachkräftemangel im Tourismus ist bereits ein akutes Problem.



Mobile Touristen

Die Erwartungen an Mobilität auf Reisen haben stark zugenommen. Nicht nur bei der Anreise wird eine schnelle, komfortable und kostengünstige Verkehrsmittelwahl erwartet, auch vor Ort möchte der Gast mobil sein und sich unkompliziert in einem größeren Radius fortbewegen.



Geld

Angesichts der knapper werdenden öffentlichen Mittel müssen Wege gesucht werden, wie die touristische Wertschöpfung zur Finanzierung und Unterhaltung von Infrastruktur, Dienstleistungen und Marketing beitragen kann.



Wetter

Im Zuge des Klimawandels sind künftig Extremwetterlagen, wie Stürme, Starkregen und Hitzeperioden zu erwarten. Hierauf müssen wir unsere Gäste einstellen und schon jetzt Vorsorge treffen, um regionale Auswirkungen zu reduzieren.



Spontanität

Der heutige Gast reist immer kurzentschlossener. Schnelle und unkomplizierte Zugänglichkeit von touristischen Informationen und kurzfristige Buchungsmöglichkeiten über neue Medien werden immer selbstverständlicher.



Nachhaltiges Reisen

Viele Gäste wollen gerade im Urlaub ihre Ansprüche eines nachhaltigen Lebensstils verwirklichen. Von Regionen, die sich naturorientiert präsentieren, wird ein entsprechend stimmiges Angebot bezüglich Klima- und Umweltschutz erwartet. Dies betrifft die gesamte Serviceleistungskette.



Internationalität

Europa wächst zusammen. Ansprache internationaler Gäste, entsprechende Angebotsgestaltung, Fremdsprachenkenntnisse und Wissen über andere Kulturen und Gepflogenheiten sind neue Aufgaben für Touristiker.

Unsere Leitlinien Mecklenburgische Seenplatte 2020



Wir wollen...

- ... die Tourismusdestination Mecklenburgische Seenplatte als starke Marke innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns entwickeln.



- ... unser Alleinstellungsmerkmal als größte, natürliche Wasserdestination mit den Themen Natur- und Gesundheitstourismus sowie Kulturtourismus stärker verbinden und weiterentwickeln.



- ... den Landschafts- und Naturraum als wichtige Basis erhalten und schützen.



- ... unsere Wettbewerbsfähigkeit durch stetige Qualitätsverbesserung, stärkere Serviceorientierung und Innovationen stärken.



- ... Ganzjahresangebote stärken, um zu jeder Jahreszeit attraktiv zu sein.



- ... einen bewussten Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Bevölkerung leisten.



- ... rechtzeitig auf die Auswirkungen des soziodemografischen Wandels einwirken.

Unsere Handlungsschwerpunkte



Marke stärken

- Arrondierung der Verbandsgrenzen der Mecklenburgischen Seenplatte entsprechend gemeinsamer Zielstellung: mittelfristiger Zusammenschluss mit der Mecklenburgischen Schweiz, engere Kooperation mit dem Verband Mecklenburg-Schwerin
- Weiterentwicklung des CD zur Nutzung durch Mitglieder und Dritter und Kommunikation über ein Handbuch; konsequentes Einsetzen des CD im Innen- und Außenmarketing
- Entwicklung Merchandising



Alleinstellungsmerkmal „Wasserdestination“ mit weiteren Themen vernetzen

- Ergänzend zum Wassertourismus neue Angebote entwickeln
- Produktentwicklung mit dem Fokus auf die Vernetzung von Gesundheits-, Natur- und Kulturtourismus anregen und unterstützen
- Das Tausend-Seen-Forum als Weiterbildungs- und Vernetzungsplattform weiter profilieren



Landschafts- und Naturraum

- Unternehmen von nachhaltigem Wirtschaften überzeugen und bei der Umsetzung unterstützen
- Sensibilisierung der Gäste und der Einheimischen für den Erhalt der Natur
- Ausbau der Partnerschaft mit der Land- und Forstwirtschaft
- Die Entwicklung regionaler Produkte anregen und die regionale Vermarktung vor allem im Gastgewerbe aufbauen und unterstützen
- Enge Zusammenarbeit mit den Naturschutzbehörden bezüglich touristischer Nutzung und Erschließung sowie Reduzierung räumlicher Belastungen anstreben
- Schaffung attraktiver ÖPNV-Angebote und flexibler Lösungen zur Reduzierung der Verkehrsbelastung in der gesamten Region

Unsere Handlungsschwerpunkte



Qualität, Service, Innovation

- Anteil der Zertifizierungen und Klassifizierung erhöhen sowie Hilfestellung bei der Auswahl geeigneter Zertifizierungen geben
- Mitarbeiterqualifikation, Mitarbeiterbindung und touristischen Nachwuchs fördern
- Vermarktung entsprechend der Entwicklung der neuen Medien ausrichten und Onlinebuchbarkeit ausbauen
- Kontinuierliche Marktforschung verstärken und die Erkenntnisse in Planung und Produktentwicklung umsetzen
- Bildungseinrichtungen gewinnen, sich wichtigen Tourismusthemen anzunehmen
- Innovationen herausstellen, Ideenwettbewerbe initiieren



Saisonverlängerung

- Spezifische Angebote für jede Jahreszeit entwickeln
- Als Kurzreiseziel in Angebot und Vermarktung etablieren
- Unterstützung von Netzwerken der Ganzjahresanbieter



Verbesserung der Lebensbedingungen

- Durch den Tourismus Erwerbsmöglichkeiten schaffen und sichern
- Sensibilisierung der Unternehmen für die Erhöhung der Attraktivität der Arbeitsplätze
- Nutzbarmachung der touristischen Infrastruktur für die Bevölkerung



Soziodemografischer Wandel

- Einbindung in landesweite Aktionen zur Arbeitskräftebindung bzw. Akquise touristischer Fachkräfte
- Schaffung von Angeboten, die der veränderten Altersstruktur unserer Gäste gerecht werden
- Angebote für neue, auch internationale Märkte entwickeln
- Kinder- und Jugendliche sowie Familien zur Kundenbindung als Gäste von Morgen für die Region begeistern

Ausblick

Viele Aufgaben sind sehr komplex und müssen gemeinsam mit Partnern gelöst werden. So wird es zunehmend wichtig werden, sich in größeren räumlichen Einheiten nach außen zu präsentieren, sei es beispielsweise auf der Landeswebsite Mecklenburg-Vorpommerns oder in themenorientierten Plattformen, wie bereits erfolgreich zum Thema Wassertourismus mit den Ländern Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg praktiziert. Auch beim weiteren Ausbau der Onlinebuchbarkeit sollten unsere Verbandsgrenzen nicht einengend sein. Kooperationen mit den angrenzenden Tourismusverbänden Mecklenburg-Schwerin und Mecklenburgische Schweiz sowie weiteren Partnern sollen uns hier voranbringen.

Dennoch wird unser künftiger Erfolg auch stark davon abhängen, in wie weit wir innerhalb unserer Region effektiv zusammenarbeiten und es uns gelingt, nach den vorgeschlagenen Prioritäten Angebots- und Produktentwicklung zu verbessern und weiterzuentwickeln. Wir müssen vor allem die verfügbaren Marketingmittel sinnvoll bündeln, um gemeinsam unter den gegebenen Rahmenbedingungen stark nach außen wirken zu können. Auch Lösungen zur künftigen Finanzierung und Aufrechterhaltung eines Netzes von Touristinformationen sind notwendig.

Wir müssen uns noch stärker öffnen und uns bei wichtigen Zukunftsthemen einbringen, die nicht rein touristischer Natur sind. Sei es die künftige Ausgestaltung der Landwirtschaft und die Vermarktung regionaler Produkte als Imageträger für unsere Region, oder die Aktivitäten des Planungsverbandes Mecklenburgische Seenplatte zur zukunftsfähigen Ausgestaltung unserer Region, oder auch die landesweiten Programme zur Abmilderung der Auswirkungen des demografischen Wandels, sie alle haben Einfluss auf das künftige Wohlergehen des Tourismus. Hier müssen wir aktiv mitgestalten. Gemeinsames Handeln, gemeinsame Außendarstellung als starke Marke und der Wille zur Kooperation zu unterschiedlichen Aufgaben und Themen sind deswegen unsere Basis zur Ausgestaltung der touristischen Zukunft der Mecklenburgischen Seenplatte.



Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten

Visionen wagen, neue Wege suchen - langfristige Zukunftsaufgaben, nicht nur für Touristiker

Das Fundament unseres touristischen Angebots muss langfristig stärker gefestigt werden. Wasser, Seen, schöne Natur – wir sind reich damit gesegnet, doch werden diese Attribute immer selbstverständlicher und austauschbarer im Tourismusgeschäft. Mehr und mehr ist zu beobachten, dass der Gast nicht nur in eine bestimmte Region will, sondern sein Urlaubsziel entsprechend seiner Vorlieben auswählt. Schöne Natur ist dabei eine Grundvoraussetzung, aber kein alleiniges Entscheidungskriterium. Die starke Fokussierung auf Wassertourismus wird in den nächsten Jahren durch weitere thematische Verknüpfungen (Natur, Kultur, Gesundheit) vielfältiger gestaltet und qualitativ weiterentwickelt. Doch hier wollen und dürfen wir nicht stehen bleiben!

Wir müssen schon heute vordenken, was unseren langfristigen touristischen Erfolg sichern kann. Hier geht es darum, durchaus eingeschliffene – vielleicht auch bisher erfolgreiche – Pfade zu verlassen und etwas zu wagen, was bis heute noch als undenkbar galt. Die Weiterentwicklung des Tourismus, wie sie im ersten Teil dieses Leitbildes beschrieben wurde, bietet die Basis, um Neues zu suchen und in der Region zu verankern. Der Mut zu Innovationen wird gleich in doppelter Hinsicht notwendig. Der Tourismusmarkt verändert sich zwar langsam und stetig, doch in mancherlei Hinsicht grundlegend (Nachfrage, Informationsmedien, Buchungsverhalten etc.), so dass hier immer neue Antworten erforderlich werden. Unser Land und unsere Region werden sich langfristig aufgrund des demografischen Wandels starken Veränderungen gegenübersehen, die in vielfältiger Hinsicht Einfluss auf den Tourismus haben werden.

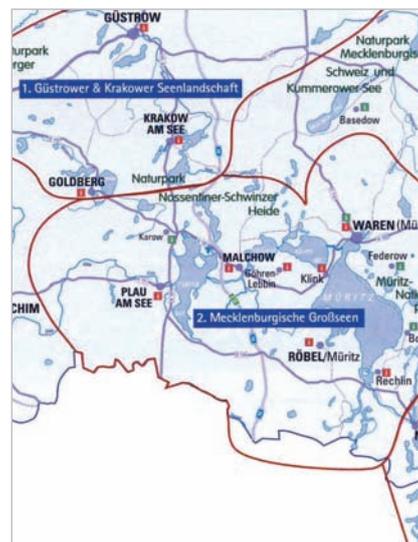
Visionen wagen ...

Wir brauchen Innovation im Tourismus!

Der Tourismus ist eine der wichtigsten Wirtschaftsbranchen in der Mecklenburgischen Seenplatte. Viele Zukunftsaufgaben stellen sich uns Touristikern, doch die sich erschwerenden Rahmenbedingungen erlegen uns Grenzen auf. Wir brauchen Unterstützung von Seiten der Politik, von den Landesministerien und vor allem von den Kreisen bzw. dem künftigen Landkreis Mecklenburgische Seenplatte sowie dem Regionalen Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte. Innovation im Tourismus ist unsere große Herausforderung, um auch langfristig erfolgreich auf dem Markt bestehen zu können. Sie verlangt planerisches Vordenken und Gremien, in denen Visionäres entstehen kann und dann auch die Chance hat, unterstützt und umgesetzt zu werden. Die Innovation muss aus der Region kommen. Die Landräte und der Regionale Planungsverband sollen hier als Initiatoren und gemeinsames Dach fungieren und der Erneuerung und Weiterentwicklung des Tourismus den nötigen Stellenwert in der Regionalpolitik verleihen.

Wir müssen großräumiger denken und handeln

In Anbetracht der sich stark verändernden Rahmenbedingungen ist es notwendig, dass Landes- und Regionalentwicklung aktiv den Tourismus unterstützen. Die Veränderungen durch den bereits im Alltag wirkenden demografischen Wandel in unserer Region führen zu neuen größeren Gebietseinheiten, in denen geplant und gestaltet wird. Ab September 2011 wird unser Verbandsgebiet mit dem neuen Landkreis Mecklenburgische Seenplatte großteils abgedeckt. Neue Formen der Kommunikation und Kooperation müssen sich herausbilden. Auch in der Vermarktung unserer Region müssen wir in neuen räumlichen Dimensionen denken. Kooperationen mit den angrenzenden Tourismusverbänden sowie thematische Zusammenschlüsse, auch über die Landesgrenzen hinweg müssen selbstverständlicher werden. Hier kann auf die positiven Erfahrungen in den Bereichen Wassertourismus und Radtourismus aufgebaut werden.



Visionen wagen ...

Mit unseren

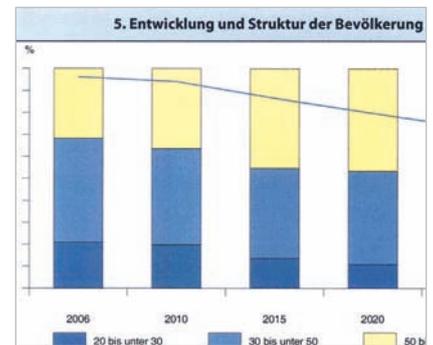
Mobilitätsangeboten müssen wir Vorbild werden

Die Erreichbarkeit einzelner Orte, Sehenswürdigkeiten oder Ausflugsziele ist eine notwendige Basis für den Tourismus. Neben dem Individualverkehr sind intelligente Mobilitätskonzepte für die Mecklenburgische Seenplatte zu entwickeln. Hier geht es nicht nur um eine Weiterentwicklung des Müritz-Nationalparktickets, sondern um ein umfassendes Mobilitätskonzept, das die sich ändernden Bedürfnisse der Regionalbevölkerung berücksichtigt und gleichzeitig ein attraktives Mobilitätsangebot für den Tourismus bereithält. Wir müssen neue Wege beschreiten und innovativ werden, was Kooperation der Verkehrsverbunde, Finanzierungs-konzepte, Angebotsgestaltung und Vermarktung betrifft.



Unsere Region wird sich kleinräumig stark verändern

Unsere Region, die bereits jetzt zu den bevölkerungsarmen Regionen mit einer durchschnittlichen Einwohnerdichte von 50 Einwohnern pro km² zählt, wird sich künftig weiter verändern. Besonders betroffen werden die östlichen Gebiete der Mecklenburgischen Seenplatte sein und die bereits jetzt peripheren kleinen Dörfer. Der Tourismus kann hier als Stabilisator wirken, ist aber kein Allheilmittel und braucht Unterstützung von Seiten der Politik, Wirtschaft und Bevölkerung. Wichtig ist, auch der einheimischen Bevölkerung zu vermitteln, dass für alle nutzbare touristische Infrastruktur und Angebote auch zur Verbesserung ihrer Lebensqualität beitragen.



Unser Alltagsleben muss nachhaltiger werden

Der Klimawandel macht auch vor unserer Region nicht halt. Der sorgsame Umgang mit Energie und Rohstoffen zur Reduzierung der Treibhausgase betrifft alle Lebensbereiche. Neue Energiesparverordnungen für Neubauten oder neue Modelle von Hybridmotoren für Pkws sind Indikatoren, dass auf allen Ebenen ein Umdenken verlangt wird. Diesen Notwendigkeiten darf sich der Tourismus nicht verschließen. Im Gegenteil, hier ist Vorbildcharakter des Tourismus gefragt, denn nur so wird eine Glaubwürdigkeit vermittelt, sich als nachhaltige Tourismusregion zu präsentieren.

Visionen wagen ...

Wir müssen

langfristig Antworten auf die Tourismustrends suchen

Wir müssen umdenken: der „klassische“ Urlaub ist bereits abgelöst von vielfältigen kurzzeitigen Urlaubsformen: Ein verlängertes Wochenende oder eine Auszeit zwischendurch, ein Radfahrwochenende oder eine Kanutagestour – diverse Formen des Kurzurlaubs werden immer normaler. Auch als Tagesausflugsziel für die Regionalbevölkerung, aber auch für die Touristen im Lande und an der Küste, können wir noch attraktiver werden. Hier müssen wir in der Angebots- und Produktgestaltung und besonders in der Vermarktung neue Wege beschreiten. Möglichkeiten zur kurzfristigen Online-Buchung sowie vor allem im Netz zugängliche spezifische Informationen müssen entsprechend der künftigen Weiterentwicklung der elektronischen Medien (Social Media, Themenplattformen etc.) geschaffen werden.



Wir müssen

ergänzend zum Wassertourismus neue Wege finden

Neues entsteht am ehesten dort, wo bereits Anknüpfungspunkte vorhanden sind. Im Rahmen dieser Leitbildfindung wurden bereits verschiedene Optionen diskutiert. Die Region bietet mit ihren natürlichen Ressourcen (Klima, Natur, Sole) gute Voraussetzungen für eine Stärkung des Gesundheitstourismus. Dank der Dichte an Nationalen Naturlandschaften sowie dem Müritz-Nationalpark haben Innovationen im Naturtourismus und eine stärkere Orientierung als Region, die sich dem Naturschutz und dem Klimaschutz verschreibt, langfristig gute Marktchancen. Hieran müssen wir gemeinsam weiterarbeiten. Uns entgegen kommt die gesellschaftliche Entwicklung, weg von der Suche nach Spaß und Aktion, hin zur Sinnsuche, zur Besinnung. Gerade im Natur- und Gesundheitstourismus müssen wir uns so weiterentwickeln, dass wir in Angebotsgestaltung, Service und Gästebetreuung dieses Lebensgefühl treffen.



**Tourismusverband
Mecklenburgische Seenplatte e.V.**

Turnplatz 2 | 17207 Röbel/Müritz
Tel. 039931 538-0
info@mecklenburgische-seenplatte.de
www.mecklenburgische-seenplatte.de

Der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. bedankt sich bei allen, die aktiv an der Entwicklung des Leitbildes beteiligt waren sowie für die Unterstützung durch

Müritz-
Nationalpark



PARKS & BENEFITS
Baltic protected areas and tourism



dwif
consulting



WERK 3
WERBEAGENTUR

Mai 2011