

Bericht auf der Kreistagssitzung am 12.06.2013

Bereits vor gut zwei Jahren - im Februar 2011- stand der Tourismus schon einmal im Mittelpunkt meines Berichtes an den Kreistag. Seitdem hat sich viel entwickelt. Und so möchte ich unseren Sieg beim Bundeswettbewerb – Nachhaltige Tourismusregionen 2012/2013 zum Anlass nehmen, Ihnen heute über Ergebnisse und Herausforderungen bei der Tourismusentwicklung zu berichten.

Ministerpräsident Matthias Platzeck fasste seine Gratulation mit folgenden Worten zusammen: „Der Erfolg zeigt, wenn Viele dasselbe Ziel haben, kann scheinbar Unmögliches geschafft werden. Der Wettbewerb wird dazu beitragen, mehr Menschen in Deutschland die nördliche Region unseres Landes bekannt zu machen. Der Erfolg zeigt auch: geringe Bevölkerungsdichte und Fläche sind keine Hindernisse, wenn es darum geht, innovativ zu sein. Die tmu hat diesen Weg beschritten. Klimaanpassung, Nachhaltigkeit und Biodiversität sind wichtige Bausteine der Zukunft – für die Uckermark und ganz Brandenburg.“ (Zitatende)

Die Träger des Bundeswettbewerbs – das Bundesumweltministerium, das Bundesamt für Naturschutz und der Deutsche Tourismusverband – starten und finanzieren uns nun eine Marketingkampagne.

So wird u. a. ein Imagefilm über die Uckermark gedreht, in 28 deutschlandweit verkehrenden ICE gibt es eine Flyer-Werbung und in Städten mit über 500.000 Einwohnern wird mit Plakaten für die Reiseregion Uckermark geworben.

Ich bedanke mich an dieser Stelle bei allen mitwirkenden Akteuren, Anbietern und Partnern des Netzwerkes klimafreundliche Uckermark sowie bei der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, denn ohne Ihr vorbildliches Engagement für die touristische Entwicklung der Uckermark wäre dieser Erfolg nicht möglich gewesen.

Doch bei allem berechtigten Stolz – ausruhen können wir uns auf unserem Erfolg nicht. Aus den Studien der Fachhochschule Westküste im Rahmen des touristischen Fachinformationssystems sowie aus den durchgeführten Gästebefragungen im Rahmen des Regionalbudget V geht hervor, dass unsere uckermärkische Natur das wertvollste touristische Kapital ist. Ihr Erhalt ist für eine langfristige erfolgreiche Tourismusentwicklung unabdingbar. In den vergangenen Jahren wurden Infrastruktur und Angebote für unvergessliche Natururlaube geschaffen. Als Naturdestination ist die Uckermark mittlerweile deutschlandweit bekannt und beliebt.

Unsere Urlauber nutzen aktive Naturerlebnisse, Radfahren, Kulturangebote, kulinarische Besonderheiten. Sie genießen es zu wandern. Auch bei den Gästebefragungen stehen der Erhalt der Natur und ein damit verbundener naturnaher nachhaltiger Tourismus an erster Stelle.

Diesen Trend belegen ausgewählte Kennziffern der Beherbergungsstatistik für das Jahr 2012: Insgesamt weist die Statistik für die Uckermark 92 Betriebe aus mit 5.103 Betten und einer durchschnittlichen Auslastung der Betten von 36,8 % aus. Wobei hier erst Betriebe erfasst werden, die mehr als 9 Betten anbieten.

Mehr als eine Viertel Million (genau 272.924) Gäste besuchten die Uckermark und mehr als 830.000 (836.313) Übernachtungen wurden registriert. Das ergibt eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 3,1 Tagen.

Dieser positive Trend setzt sich weiter fort, denn im 1. Quartal 2013 konnten schon mehr als 35.000 Gäste (35.504) begrüßt werden. Und mehr als 105.000 Übernachtungen wurden gemeldet.

Diese positiven Zahlen zeigen, dass die saisonverlängernde Marketingkampagne wie „Winterliche Uckermark“ tatsächlich auch von den Gästen nachgefragt und angenommen wird.

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit Gründung der tmu GmbH 2005 als Tochtergesellschaft des Tourismusverbandes Uckermark e. V. stellt der Landkreis finanzielle Mittel in Höhe von jährlich 300.000 Euro für Projekte zur touristischen Entwicklung und Vermarktung der Uckermark zur Verfügung. Es ist gut und sinnvoll angelegtes Geld, denn im Ergebnis erhalten wir dafür gute, solide und jetzt auch ausgezeichnete nachhaltige Tourismusarbeit.

Mit den Projektmitteln werden neue touristischen Produkte und Initiativen initiiert und unterstützt. Strategische Grundlage ist der Marketingplan, der mit den Zielen und Inhalten der neuen Landestourismuskonzeption 2011 – 2015 sowie der strategischen Marketingplanung 2012 – 2016 der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH abgestimmt ist.

Hierbei ist festzustellen, dass die strategische Marketingplanung eine Weiterentwicklung des Marketings vom reinen Themenmarketing hin zu einem Markenmarketing definiert. Hier passen sich Tourismusverband und tmu sowie die Vereine und touristischen Leistungsträger an.

Unsere Schwerpunkthemen sind:

- Nachhaltiger Naturtourismus, konzentriert auf die Segmente
 - Wandertourismus
 - Radtourismus
 - Wassertourismus

Das Thema „Wandern“ wird kontinuierlich und marktorientiert ausgebaut. Die Wanderwege „Märkischer Landweg“ und „Uckermärker Landrunde“ wurden nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbands zertifiziert. Der Wanderweg „Der doppelte Boitzenburger“ wurde zum schönsten Wanderweg Deutschlands gekürt.

Um Gästen, aber auch der einheimischen Bevölkerung die bestehende Struktur näher zu bringen, findet jeweils am ersten Maiwochenende ein uckermarkweiter Wandertag statt. In diesem Jahr wurden in diesem Rahmen auch die Uckermärker Landrunde und der Heidenweg eröffnet.

Die Resonanz der Teilnehmer war durchweg positiv, so dass nun an den Angeboten „Urlaub ohne Gepäck – Wandern und Radfahren“ intensiv weitergearbeitet wird. Besonders freut mich hier die Kombination mit dem Modellvorhaben KombiBus, der für den Gepäcktransport genutzt wird.

Die tmu mit ihren touristischen Akteuren hat das Ziel, die Uckermark zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ zu entwickeln.

Auch das Radwegenetz wurde bei der Gästebefragung 2012 als attraktiv eingestuft. In der Tat haben der Landkreis sowie die Kommunen nicht unerheblich in die touristische Infrastruktur investiert. Festzustellen ist jedoch, dass auf einigen Teilstrecken Beschilderung und Befahrbarkeit der Wege sowie deren Pflege noch stark zu wünschen lassen.

Hier erhoffe ich mir etwas mehr Engagement seitens der Kommunen. Zur Unterstützung bei dieser Aufgabe soll spätestens im Jahr 2014 ein Koordinator für die touristische Infrastruktur etabliert sein.

Gestatten Sie mir an dieser Stelle noch einige zu aktuellen Baumaßnahmen im Radwegebau:

Seit 1996 wurde an der Umsetzung des Radwegekonzeptes im Landkreis gearbeitet. Der Oder-Neiße-Radweg und der Uckermärkische Radrundweg sind fertiggestellt. Für 2013 bleibt als Aufgabe die Fertigstellung von 8 Kilometern des Radweges Spur der Steine - beginnend von der Gemarkung Metzelthin bis zum Anschluss an der B 109 beim Fährkrug Templin. Die Finanzierung ist durch Fördermittel gesichert und der Bau soll noch in diesem Monat beginnen. Mit der Fertigstellung ist abschnittsweise bis Ende des Jahres zu rechnen.

Ein Lückenschluss des Radweges Berlin – Usedom zwischen Stegelitz und Steinhöfel wurde in den letzten Tagen viel diskutiert. Eine abschließende Entscheidung unter Beachtung aller naturschutzrechtlichen Belange liegt leider noch immer nicht vor. Wir hoffen, dass dazu in ca. 8 Wochen Klarheit besteht.

Längerfristig gesehen ist es Ziel, bis 2016 den Uckermärkischen Radrundweg im Bereich Passow – Zichow, Vierraden – Kummerow und Berkholz – Boitzenburg gemeinsam mit den Gemeinden fertigzustellen. Das sind unsere laufenden und geplanten Bauvorhaben.

Insgesamt hat die Uckermark ein über 1.000 Kilometer langes ausgewiesenes Wander-, Rad- und Reitwegenetz. Es bietet unseren Bewohnern und Gästen Aktivität und Entspannung in der Natur. Die gute naturräumliche Ausstattung erfordert aber auch eine gute Erschließung durch das Straßen- und Bahnnetz. Beim Ausbau des Bundes-, Landes- und Kreisstraßennetzes gibt es da in den nächsten Jahren noch viel zu tun. Natürlich immer unter der Voraussetzung, dass auch eine entsprechende Finanzierung darstellbar ist.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Das bestehende Radwegenetz ist Grundlage für die Entwicklung und den Einsatz einer uckermarkweiten Knotenpunktwegweisung. Resultierend aus der Auswertung der landesweiten „Analyse von Radverkehrsströmen“ sollen unter Berücksichtigung der bestehenden Radwege qualifizierte Tourenvorschläge entworfen werden. Mit Hilfe von Regionalbudget-Projekten finden Abstimmungen, Vorarbeiten und eine Bestandsaufnahme der bereits vorhandenen Wegeinfrastruktur statt. So soll langfristig ein Radrundwegenetz ausgedehnt werden, das bei Bedarf unkompliziert erweitert werden kann.

Abgeschlossen wurde im vergangenen Jahr die Beschilderung für das „UckermarkShuttle“. Damit wurde ein nachhaltiges Angebot geschaffen, das an den Wochenenden auf den touristischen Achsen Schwedt – Templin – Fürstenberg - Prenzlau – Schwedt verkehrt.

Ein weiterer Marketingschwerpunkt ist die regionale Gastronomie.

Unter dem Motto „So schmeckt die Uckermark“ werden Einheimischen und Gästen Spezialitäten der Region offeriert. Jeder gastronomische Anbieter, egal ob Restaurant, Produzent regionaler Produkte oder Hofladen hat ganz konkrete Angebote und Spezialitäten, die noch besser vermarktet werden können. Die Idee ist, sich von den alljährlichen Nudlwochen zu trennen und sich der gesamten regionalen Küche zu öffnen - eingebunden in die preußische Geschichte, verknüpft mit Naturerlebnissen und unter Einbezug von Spezialitäten-Wochen der Gastronomie.

All diese Angebote und Initiativen müssen natürlich entsprechend beworben werden. Ein wichtiges Informations- und Kommunikationsmittel ist und bleibt natürlich das Internet. Auch das hat die Gästebefragung 2012 ergeben.

Momentan arbeitet die tmu an der Neugestaltung der Internetpräsentation inklusive der Unterseiten der Tourismusvereine. Auch eine mobile Webseite, basierend auf Informationen der Eventdatenbank wird entwickelt. Außerdem wird die Buchbarkeit der touristischen Angebote verstärkt.

Natürlich kann ich hier heute nur einen kleinen Teil der eigentlichen Tourismusarbeit im Landkreis wiedergeben.

Besonders wichtig ist mir aber, Sie darauf aufmerksam zu machen, dass die von mir aufgezählten Ergebnisse und Aktivitäten nur durch ein gutes Zusammenspiel aller Akteure, wie touristische Anbieter, lokale Vereine, Gemeinden, Städte, Ämter und Landkreis Uckermark möglich sind.

Die gezielte Kommunikation zwischen den touristischen Akteuren gehört zu den wichtigsten Instrumenten, um ein einheitliches Agieren in der Reiseregion Uckermark zu schaffen. Durch Schulungen, Workshops, projekt- und themenbezogene Seminare, Seminarreisen, Beratungen und Stellungnahmen, Pressearbeit sowie die Mitarbeit und Interessensvertretung in unterschiedlichen Gremien werden viele Partner erreicht. Gemeinsam entwickelte Marketingaktionen stellen eine nicht zu unterschätzende Chance dar, regionale Besonderheiten zu verknüpfen, die regionale Wertschöpfung zu steigern und die regionale Identität der Uckermärker zu fördern.

Seit der klaren Aufgabentrennung zwischen den Tourismusvereinen, dem Tourismusverband sowie der tmu verueichne ich mehr Harmonie zwischen den Akteuren der Tourismuswirtschaft. Für die touristischen Leistungsträger sind nun verständliche Strukturen und Partner wahrnehm- und ansprechbar. Die Zusammenarbeit sowie die Vernetzung zwischen Landkreis Uckermark, Gemeinden, Tourismusvereinen sowie der LAG mit den RAK's hat sich grundlegend verbessert. Auch die branchenübergreifende Vernetzung mit anderen Partnern der Tourismuswirtschaft, wie Naturschutz, Landwirtschaft, Kulturwirtschaft, öffentlicher Personennahverkehr wurde angestoßen bzw. stabilisiert.

Durch den Rückgang der Beschäftigungsmöglichkeiten auf dem 2. Arbeitsmarkt können zahlreiche touristische Angebote, wie Heimatstuben, kleine Museen, Ausstellungen sowie die Unterstützung bei der Pflege und Instandhaltung der touristischen Infrastruktur nicht mehr im vollen Umfang vorgehalten werden. Hier müssen sich alle beteiligten Akteure (Jobcenter, Gemeinden, Träger, Vereine und touristische Leistungsanbieter) zu neuen Lösungsansätzen verständigen. Ziel muss

sein, touristische Angebote zu professionalisieren und Kontinuität zu schaffen, auch wenn sich dabei herausstellt, dass nicht mehr alle Angebote aufrechterhalten werden können.

Dies gilt auch für die Tourismusstrukturen in der Uckermark. Hier arbeiten 9 Tourismusvereine, 5 davon hauptamtlich (Lychen, Templin, Prenzlau, Angermünde, Schwedt). Isoliertes Handeln verhindert oftmals eine verwaltungsgrenzenübergreifende Zusammenarbeit. Lokal gewollte Projekte ohne Marktorientierung werden „durchgezogen“, eine Vielzahl von Mitteln fließt in ein ineffizientes Außenmarketing. Eine Integration in die regionale und landesweite Strategie erfolgt jedoch unzureichend. Es geht um den Auf- und Ausbau von Wissen und Qualifizierung zur Optimierung von Arbeitsprozessen, um die Einbindung touristischer Leistungsträger in die Organisation und Finanzierung von Tourismusorganisationen, um Wissenstransfer zu ermöglichen und Abhängigkeiten von politischen Entscheidungen zu reduzieren.

Erfolgreiche touristische Regionen erfordern ein optimales Zusammenspiel der kommunalen und regionalen Tourismusorganisationen sowie weiterer touristisch relevanter Partner. Daran müssen wir weiter arbeiten.

Viele von Ihnen, sehr geehrte Damen und Herren, kennen unsere wichtigen Aufgaben in diesem Bereich: Die Weiterentwicklung von Produkt- und Angebotsgestaltungen, die Gästeinformation und -betreuung, Vermarktung und Vertrieb, Infrastrukturentwicklung- und -betrieb, Qualitätsmanagement und Qualifizierung.

Wir sind mit unserer Tourismusentwicklung auf einem guten Weg. Es gilt systematisch weiterzuarbeiten und alle Kräfte zu bündeln. Die Konzentration auf Schwerpunktthemen bewirkt ein Alleinstellungsmerkmal der Uckermark. Neue Themen – wie die nachhaltige Tourismusregion, wanderbare Uckermark oder Fahrradfreundliche Region setzen landesweit neue Maßstäbe. Darauf können wir stolz sein.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.