



Evaluierung und Fortschreibung der touristischen Marketingkonzeption des Landkreises Barnim

Management Summary
Auszug aus dem am 18.03.2021 vorgelegten Konzeptpapier

Auftraggeber:

Landkreis Barnim
Am Markt 1
16225 Eberswalde

Amt für nachhaltige Entwicklung, Bau,
Kataster und Vermessung | Strukturentwicklung

Management Summary

Das vorliegende Konzept stellt eine Evaluierung und Fortschreibung der touristischen Marketingkonzeption für den Landkreis Barnim aus dem Jahr 2003 dar. Auf Basis einer Evaluierung der Zielerreichung, einer umfangreichen Analyse zur touristischen Ausgangssituation, Marktforschung zur Wahrnehmung des Barnims und Service-Checks wurden Handlungsempfehlungen für die Zukunft abgeleitet und in einem Maßnahmenplan aufbereitet.

Ergebnis der Evaluierung

Die Evaluierung des Konzeptes von 2003 zeigte, dass sich in den vergangenen 20 Jahren infrastrukturell, angebotsseitig und organisatorisch viel bewegt hat, und dennoch die gleichen übergeordneten Problemlagen wie damals fortbestehen: Keine konsequente Ausrichtung an Themen im Marketing, die produktseitige Vernetzung der Angebote hinkt der aktivtouristischen Infrastrukturvernetzung hinterher, die Kooperation der touristischen Akteure untereinander krankt an einer fehlenden gemeinsamen Identität. Die damals beabsichtigte organisatorische Aufspaltung des Binnen- und Außenmarketings wurde nicht konsequent fortgeführt, so dass ein Vakuum in der Binnenkommunikation entstand und die Aufgabenerfüllung zwischen regionaler und teilregionaler Ebene aus dem Gleichgewicht geriet.

Analyse der Ausgangssituation

Zur Erfassung des Ist-Zustands wurde eine umfassende Desktop-Recherche durchgeführt und diese durch Expertengesprächsrunden sowie durch eine Haushalts- und Leistungsträgerbefragung ergänzt. Mit einer Lenkungsgruppe, welche den gesamten Konzeptionsprozess vertiefend begleitete, sowie in einer Zukunftswerkstatt wurden die Analyseergebnisse schließlich noch einmal rückgekoppelt und spezifiziert. Sie lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

Abb. 1 Zusammenfassendes Stärken-Schwächen-Profil des Landkreises Barnim

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ positive Nachfrageentwicklung bis 2019 ■ hohe Aufenthaltsdauer ■ Lage vor den Toren Berlins mit guter PKW- und ÖPNV-Anbindung in die Region ■ Großschutzgebiete mit großen, zusammenhängenden Waldgebieten ■ vielfältiges und erlebbares Naturangebot --> Biosphäre, Naturpark und Zoo als Highlights 	<ul style="list-style-type: none"> ■ geringe Nachfragedynamik bei Ankünften und Übernachtungen ■ kleinteiliges Beherbergungsangebot mit hoher Bedeutung des Grauen Marktes ■ Themen- und Zielgruppenorientierung im Marketing kaum erkennbar ■ schwache DMO (hinsichtlich Ressourcen)

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ besucherstarke, bekannte und kinderfreundliche Attraktionen im gesamten Gebiet ■ attraktive, vernetzende Basis-Infrastruktur für Rad- und Wassertouristen ■ etablierte Teilräume und bekannte Orte: Schorfheide, Naturpark Barnim, Eberswalde, Bernau, Wandlitz ■ zertifizierte Qualität der Tourist-Informationen ■ langjährige Kooperationsbeziehungen der Akteure grundsätzlich vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> ■ schwache Reisegebietsmarke – zumindest überregional, fehlende Identifikation der Teilräume mit dem Barnim ■ fehlende inhaltliche Vernetzung der Leistungsträger ■ Qualitätsdefizite in der Beherbergung, Gastronomie in der Fläche fehlend ■ Überlastung ausgewählter Naturgebiete in Hauptsaison und an Wochenenden ■ Erreichbarkeit der POIs in der Fläche ohne Auto schwierig ■ kaum Highlight-Veranstaltungen ■ fehlende Online-Buchbarkeit von Leistungen (Führungen, Tickets etc.)

© BTE 2020

Strategie für den Landkreis Barnim

Das „Dach“ der Strategie bilden die Vision sowie die Leitlinien der zukünftigen Tourismusarbeit. Diese basieren auf den Ergebnissen der Status-Quo-Analyse sowie den Anregungen und Diskussionen mit den lokalen und regionalen Akteuren in den Expertengesprächen, Workshopformaten und Lenkungsgruppensitzungen.

Die **Vision des Reisegebietes** ist das folgende Versprechen an den Gast und Anspruch an sich selbst:

„Ursprüngliche Natur und verborgene Kulturschätze ganz nah an Berlin erleben“.

Als vier **Leitlinien** auf dem Weg zur Vision wurden festgelegt:

- Wir sind eine familienfreundliche, aktiv erlebbare Natur- und Kulturlandschaft ganz nah an Berlin.
- Wir sind ein effizientes, touristisches Netzwerk und richten unsere Netzwerke nach starken Teilräumen und Produktmarken aus.
- Wir sind eine Region, in der die Geschichte von der Eiszeit bis zur DDR-Zeit erfahrbar ist und Traditionen und Feste gefeiert werden.
- Wir sind eine ursprüngliche und nachhaltige Landschaft mit besonderen Orten, in denen unsere Gäste Ruhe, Besinnung und Erholung finden.

Um die Vision greifbar zu machen, wurden die dort definierten Sollzustände mit fünf **übergeordneten Zielen** untersetzt, die das Erreichen der Vision ermöglichen sollen. Diese sind:

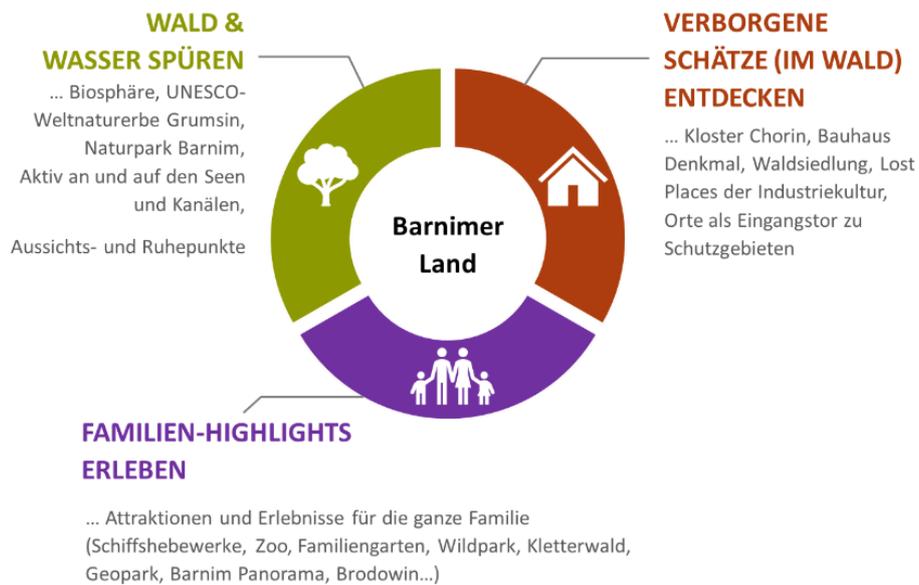
- Ziel I: Nachhaltige Tourismusedwicklung

- Ziel II: Fokussierung auf zielgruppenorientierte thematische Angebote
- Ziel III: Stetige Erhöhung der Angebots- und Aufenthaltsqualität
- Ziel IV: Verbesserung der Außenkommunikation
- Ziel V: Etablierung geeigneter Managementstrukturen

Zum Erreichen dieser Ziele ist es wichtig, dass sich der Landkreis auf Themen konzentriert, welche in besonderem Maße oder ausschließlich hier erlebt werden können und sich über diese Themen im touristischen Markt profiliert.

Die drei definierten Kernthemen beschreiben das Angebot in „zugespitzter“ Weise und stellen mit dem Wald, den verborgenen Schätzen und den Familien-Highlights die Besonderheiten der Region in den Vordergrund.

Abb. 2 Künftige Profilt Themen für das Reisegebiet Barnimer Land



© BTE 2020

Im Zentrum der künftigen Tourismusedwicklung steht eine Positionierung der Region über diese ausgewählten Profilt Themen und die Ausrichtung aller Maßnahmen basierend auf der Ableitung erfolgsversprechender Zielgruppen.

Als relevante **Zielgruppen** wurden, ausgehend von der Landesstrategie, die genussorientierten Natururlauber, die qualitätsbewussten Entschleuniger sowie die geselligen Familien ausgewählt.

Handlungsprogramm

Die Maßnahmen zur Umsetzung gliedern sich in fünf Handlungsfelder: (1) Organisation und Kooperation, (2) Touristische Infrastruktur, (3) Angebots- und Produktentwicklung, (4) Kommunikation und Vertrieb sowie (5) Qualitätsmanagement und Gästeservice. Die

einzelnen Handlungsfelder sind mit insgesamt 42 Maßnahmen untersetzt, die zur Erreichung der Ziele beitragen. Neben den fünf Handlungsfeldern wurden die Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Barrierefreiheit und Krisenresilienz als Querschnittsthemen definiert, da sie in jedem der oben genannten Handlungsfelder relevant sind und stets mit bedacht werden müssen.

Einen zusammenfassenden Überblick bietet die Strategiekarte des Tourismuskonzeptes für den Landkreis Barnim in folgender Abbildung.

Abb. 3 Strategiekarte für das Tourismuskonzept des Landkreises Barnim

