

# Mit neuer Strategie den Brandenburg-Tourismus ankurbeln!

---

Pünktlich zur Internationalen Tourismusbörse (ITB) 2016 präsentiert das Land Brandenburg jetzt seine neue Landestourismuskonzeption. Ein guter Grund, diesen Wirtschaftsbereich, in dem rund 60.000 Beschäftigte in mehr als 10.000 Unternehmen arbeiten und einen Bruttoumsatz von 4,4 Mrd. Euro jährlich erwirtschaften, unter die Lupe zu nehmen.

## **Eine Reise wert...**

Weite Landschaften und zahlreiche Freizeitangebote locken Naturliebhaber und Sportler nach Brandenburg. Schlösser, Parks, Kirchen und Klöster laden zum Entdecken der vielfältigen Geschichte ein. Das Reiseland Brandenburg begeistert jedes Jahr mehr Besucherinnen und Besucher, dies spiegelt sich auch in der Zunahme der Übernachtungszahlen wieder. Im Jahr 2015 wurden über 12,5 Millionen Übernachtungen und mehr als 4 Millionen Gäste<sup>1</sup> erfasst. Ein neuer Rekord! Von den 13 Reisegebieten sind der Spreewald, die Region Potsdam-Mittelmark, die Region Oder-Spree und das Ruppiner Seenland die beliebtesten. Am stärksten profitierte im BUGA-Jahr 2015 natürlich die Ausrichterregion Havelland. Ein Plus von über 26 Prozent bei den Besucherzahlen macht dies deutlich.

## **Brandenburg – Der Garten gestresster Großstädter**

Raus aus dem Alltag, rein ins Vergnügen! Brandenburg ist touristisch gesehen der große Garten Berlins und viele Hauptstädter laden am Wochenende oder in den Ferien in der Mark ihre Akkus auf. Ob Bootstour auf den zahlreichen Flüssen und Seen, Freiluftkonzerte, Open-Air-Theater oder Wellness-Wochenende... Ganz gleich, was der gestresste Hauptstädter in seiner Freizeit erleben möchte - in Brandenburg wird er fündig! Mehr als 92 Millionen Tagesreisen im Jahr, Tendenz steigend, verdeutlichen, wie wichtig der Tagestourismus für Brandenburg ist. Eine sprunghafte Zunahme zeigte sich in den letzten Jahren auch für den Anteil der Tagestouristen aus Berlin. Um diesen lukrativen Markt für Brandenburg weiter zu erschließen, müssen Potenziale zum Beispiel im Rad- und Wassertourismus stetig ausgebaut werden. Es ist wichtig, dass touristische Angebote bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind. Für Brandenburg bedeutet dies: Busse und Bahnen müssen intelligent verknüpft werden, die Mobilitätsstrategie die touristischen Ansprüche berücksichtigen.

---

<sup>1</sup> Vgl: [https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen/stat\\_berichte/2016/SB\\_G04-01-00\\_2015m12\\_BB.pdf](https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen/stat_berichte/2016/SB_G04-01-00_2015m12_BB.pdf)

## **Perspektiven für ländliche Regionen**

Das Schöne ist: Von Investitionen im Tourismusbereich profitieren Touristen und Einheimische gleichermaßen. Denn sie bedeuten: Straßen, Radwege und Brücken werden gebaut. Innenstädte werden saniert und historische Substanz erhalten. Tourismusförderung bringt so nicht nur mehr Besucher und damit Einnahmen in die Region, sondern erhöht die Lebensqualität der Menschen vor Ort.

Besonders deutlich wird dies am Beispiel von touristischen Großprojekten wie den fünf bisherigen Landesgartenschauen und den drei Bundesgartenschauen. Vor der Landesgartenschau im Jahr 2000 waren die Gärten am Schlossberg in Luckau verwildert, dienten als Schuttabladeplatz und waren für die Bevölkerung nicht zugänglich. Die intensive Umgestaltung des Geländes verhalf dem kulturell bedeutenden Schlossberg zu neuem Glanz. Auch die Gartenschau in Oranienburg im Jahr 2009 war ein Glücksfall für die Stadt. Die Wiederherstellung des historischen Schlossplatzes und die Umgestaltung der ehemaligen Militärfäche neben dem Schloss schafften neue touristische Qualität und dauerhaft erhöhte Besucherströme. Die bisher größte Gartenschau fand im Jahr 2015 in der Havelregion statt. Es war die dritte Bundesgartenschau in Brandenburg - ein nie dagewesenes Großprojekt! Die BUGA-Städte Brandenburg an der Havel, Premnitz, Rathenow, Amt Rhinow/Stölln und die Hansestadt Havelberg lockten unter dem Motto „Von Dom zu Dom – das blaue Band der Havel“ mehr als 1 Million Besucher in die Havelregion. Es flossen rund 111 Millionen Euro in die Infrastruktur der Ausrichterstädte und der Imagegewinn für die Region ist riesengroß. Alle Gartenschauen verbindet, dass die ausrichtenden Städte und Kommunen enorme Entwicklungssprünge machen konnten. Die großen Infrastruktur- und Stadtsanierungsmaßnahmen wären aus eigener Kraft und in einem vergleichbar kurzen Zeitraum sonst kaum möglich gewesen.

Touristische Angebote sind jedoch keine Selbstläufer. Es ist eine Sache, die brandenburgischen Regionen strukturell aufzuwerten. Es ist eine andere Sache, touristische Angebote in den oft abgelegenen Regionen zu erbringen. Fachkräfte sind gefragt! Seit Jahren fällt es dem Gaststätten- und Hotelgewerbe jedoch zunehmend schwer, qualifiziertes Personal zu finden. Vom Ausbilden eigenen Nachwuchses ganz zu schweigen. Lange Arbeitszeiten, saisonale Beschäftigung und niedriger Lohn wirken häufig abschreckend. Von der Einführung des Mindestlohns konnte der Tourismus in Brandenburg daher deutlich profitieren. Viele Minijobs wurden in sozialversicherungspflichtige Jobs umgewandelt und eine feste Arbeitszeitenregelung eingeführt. Damit wurden die Grundlagen geschaffen, um Berufe im Tourismus attraktiver zu gestalten und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern.

## **Die neue Landestourismuskonzeption**

Das Ziel der bisherigen brandenburgischen Landestourismuskonzeptionen war es, die touristische Entwicklung im Land zu beurteilen, Strategien fortzuschreiben oder

anzupassen. Die neue Landestourismuskonzeption 2016+ ist anders. Die touristischen Akteure im Land wurden aufgefordert, das theoretische Konzept mit Praxisbezug zu unterfüttern. Die neue Konzeption soll als Leitfaden dienen und den Touristikern im Land Handlungsoptionen für die eigene Region oder das eigene Unternehmen aufzeigen. Im Mittelpunkt dabei steht die Stärkung der Marke Brandenburg.

Was läuft gut und wo ist noch Luft nach oben? Diese Fragen wurden im Prozess diskutiert. Klar ist, wo die Stärken des Brandenburg-Tourismus liegen: Brandenburg ist das wasserreichste Bundesland Deutschlands. Die Angebote im Bereich Wasser-, Rad- und Kulturtourismus öffnen den Zugang zum nationalen und internationalen Tourismusmarkt. Der Tourismus trägt dazu bei, brandenburgische Regionen nachhaltig zu entwickeln. Er ist inzwischen auch ein etablierter Wirtschaftsfaktor. Touristische Angebote können helfen, notwendige Strukturen vor Ort aufrechtzuerhalten. Besonders für ländliche Gebiete ergeben sich hieraus Chancen.

Aber auch die Schwächen des Brandenburg-Tourismus wurden deutlich. Dazu zählen zum Beispiel das noch zu wenig ausgeprägte Servicebewusstsein der Touristiker und die schleppende Vermarktung von Angeboten über das Internet. Zudem versuchen viele Anbieter ihre Produkte und Dienstleistungen auf eigene Faust zu vermarkten, anstatt eine gemeinsame Strategie mit den Akteuren einer Region anzustreben. Hintergrund ist oft die Angst vor Wettbewerbsnachteilen. Es fehlt eine offene und kooperative Zusammenarbeit, damit alle profitieren können. Ein Umdenken muss stattfinden gemäß dem Motto: Gemeinsam sind wir stark.

Auf lange Sicht wettbewerbsfähig werden innovative und kundenorientierte Angebote sein. Am Markt bestehen können vor allem die Unternehmen, die ihre Kräfte bündeln und die Vermarktung der eigenen Region als Gemeinschaftsaufgabe verstehen. Der Anfang ist gemacht und die Aussichten sind gut. Hier und dort mangelt es jedoch noch ein wenig an Mut und Entschlossenheit der Brandenburger Touristiker. Mit der neuen Landestourismuskonzeption, die sich als lebendiges, stetig weiterentwickelndes Konzept versteht, nimmt das Land Brandenburg die positive Entwicklung der letzten Jahre auf und gibt ihr eine Richtung. Wenn nun alle Akteure an einem Strang ziehen, können bestimmt schon zur nächsten ITB neue Rekorde präsentiert werden.

***Von Björn Lüttmann, Mitglied des Landtags Brandenburg, und Judith Brandt, wissenschaftliche Mitarbeiterin***

## Literatur

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg. (2015). *25 Jahre Deutsche Einheit: Brandenburg in Zahlen*. Potsdam.

Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik Land Brandenburg. (2001). *Daten + Analysen*.

Pullen, M. (2011). Erwerbslosigkeit: Gesamtentwicklung, Frauen und Männer, Altersgruppen. *Zeitschrift für amtliche Statistik Berlin-Brandenburg*, 38-45.

Verein zur Förderung von Landesgartenschauen Land Brandenburg e.V. (2013). *Landesgartenschauen in Brandenburg: Luckau, Eberswalde, Rathenow, Oranienburg, Prenzlau*.