



## Deutsche Wildtier Stiftung – Wildtierland Gut Klepelshagen

### Konzept

#### "Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See"

#### Gesamtkonzept aus den Einzelkonzepten für die Altkreise Uecker-Randow und Mecklenburg-Strelitz

Projekt-Nr.: 22208-01

Fertigstellung: Januar 2013

Geschäftsführerin: UmweltPlan:  
Dipl.-Geogr. S. Ahlmeyer  
animare:  
Dipl.-Betriebswirtin R. Sommer

Projektleiter: UmweltPlan:  
Dipl.-Ing. F. Schellhammer  
animare:  
Dipl.-Betriebswirtin R. Sommer

Mitarbeit: UmweltPlan:  
Dipl.-Ing. (FH) K. Schult  
L. Guhlemann (Studentin der  
Landschaftsarchitektur FH Erfurt)  
animare:  
MA G. Hofmann  
Dipl.-Geogr. S. Fieber



Europäische Union



**Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen Raums:**

**Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.**

<http://www.europa-mv.de>

Diese Publikation wird im Rahmen des Entwicklungsprogramms für den ländlichen Raum Mecklenburg-Vorpommern 2007 – 2013 unter Beteiligung der Europäischen Union und des Landes Mecklenburg-Vorpommern, vertreten durch das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz, erarbeitet und veröffentlicht.



Europäische Fonds EFRE, ESF und ELER  
in Mecklenburg-Vorpommern

Mecklenburg  
Vorpommern

Regionalplanung

Umweltplanung

Landschaftsarchitektur

Landschaftsökologie

Wasserbau

Immissionsschutz

UmweltPlan GmbH Stralsund  
info@umweltplan.de  
www.umweltplan.de

Sitz Hansestadt Stralsund  
Tribseer Damm 2  
18437 Stralsund  
Tel. +49 38 31/61 08-0  
Fax +49 38 31/61 08-49

Niederlassung Güstrow  
Speicherstraße 1b  
18273 Güstrow  
Tel. +49 38 43/46 45-0  
Fax +49 38 43/46 45-29

Geschäftsführerin  
Dipl.-Geogr. S. Ahlmeyer

Qualitätsmanagement  
Zertifiziert nach:  
DIN EN 9001:2008  
TÜV CERT Nr.  
01 100 010689



## Inhaltsverzeichnis

<b>0</b>	<b>Anlass und Aufgabenstellung .....</b>	<b>1</b>
0.1	Planungsanlass .....	1
0.2	Aufgabenstellung und Zielsetzung .....	1
0.3	Betrachtungsraum.....	3
0.4	Methodik .....	8
<b>1</b>	<b>Touristisches Profil – Das Gesicht der Region Galenbecker See.....</b>	<b>11</b>
1.1	Natur- und Landschaftsraum.....	11
1.2	Kulturraum .....	20
1.3	Touristische Angebote .....	22
1.4	Touristische Infrastruktur.....	30
1.4.1	Einzugsgebiete und Erreichbarkeit .....	30
1.4.2	Touristisches Wegesystem.....	34
1.4.3	Buchbare touristische Angebote .....	44
1.4.4	Unterkunftsbetriebe und Gastronomie .....	47
1.5	Touristische Vermarktung .....	51
1.6	Akteursanalyse – Kommunikation und Vernetzung .....	59
1.7	Touristische Bedeutung der Region Galenbecker See.....	63
<b>2</b>	<b>Umfeld- und Marktanalyse .....</b>	<b>67</b>
2.1	Potenziale vorhandener Angebote und Synergieeffekte mit Nachbarregionen .....	67
2.2	Die Zielgruppen im Naturtourismus.....	68
2.3	Allgemeine Trends und Nachfrageverhalten .....	75
2.4	Konkurrenzangebote.....	78
2.4.1	Konkurrenzangebote im Segment Naturtourismus .....	78
2.4.2	Konkurrenz in der näheren Umgebung des Galenbecker Sees .....	80
2.5	Best-Practice Beispiele im Naturtourismus.....	82
2.5.1	Beispiele Regionen.....	82
2.5.2	Beispiele Infrastruktur .....	84
2.5.3	Beispiele Angebote.....	116
<b>3</b>	<b>Strategische Positionierung und Ableitung von Maßnahmen.....</b>	<b>119</b>

3.1	Leitbild und Alleinstellungsmerkmal.....	119
3.2	Herausforderungen und Aufgaben .....	121
3.3	Ziele für die Region Galenbecker See .....	123
3.4	Handlungsfelder .....	124
3.5	Maßnahmenprogramm in den drei Handlungsfeldern .....	124
3.5.1	Handlungsfeld 1: qualitativ hochwertige Produktentwicklung.....	125
3.5.2	Handlungsfeld 2: Infrastruktur .....	129
3.5.3	Handlungsfeld 3: Marketing und Kommunikation .....	132
<b>4</b>	<b>Umsetzung – Maßnahmenkatalog und Projektpässe .....</b>	<b>135</b>
4.1	Projekte ohne Investitionsangaben.....	137
4.1.1	Akteurs-Netzwerk etablieren .....	137
4.1.2	Tages- bzw. Mehrtagesangebote .....	138
4.1.3	Planung von jahreszeitlichen Events.....	138
4.1.4	„Seeerleben“ .....	143
4.1.5	Moor-Lehrpfad .....	144
4.1.6	Vermittlung von Mindestkriterien für die Beherbergung .....	144
4.1.7	Angebots-Flyer-Box .....	145
4.1.8	Foodcenter Klepelshagen .....	145
4.1.9	Erweiterung Besucherleitsystem auf Autobahn-Rastplätze .....	146
4.1.10	Erweiterung Besucherleitsystem entlang von Rad- und Wanderwegen.....	146
4.2	Investive Projekte .....	147
4.2.1	Projekt: See-Erlebnis-Stationen und Panoramatum – Entwicklung eines "Seeerlebens" .....	147
4.2.2	Projekt: Audioguide und Apps .....	159
4.2.3	Projekt: Errichtung eines Hochseilgartens & Teamparks (Teamtower, Flying Fox mit Niedrigseilgarten).....	163
4.2.4	Projekt: Baumhaushotel / Baumhausdorf .....	167
4.2.5	Projekt: Fischerhof .....	174
4.2.6	Projekt: Hängebrücke .....	177
4.2.7	Projekt: Hybride Elektromobilität auf zwei Rädern: E-Bike Stationen.....	179
4.2.8	Projekt: Besucher-Informationszentrum „Vogelzugzentrum“ .....	183
4.3	Projektempfehlungen.....	188

<b>5</b>	<b>Exkurs – Entwicklung von thematischen touristischen Produkten und Angebotspauschalen für Naturtouristen in der Region Galenbecker See .....</b>	<b>191</b>
5.1	Grundlegende Überlegungen.....	191
5.2	Angebotsbeispiel 1.....	196
5.3	Angebotsbeispiel 2.....	201
5.4	Vertriebswege.....	204
5.5	Kommunikationswege.....	205
<b>6</b>	<b>Exkurs – Vermarktung.....</b>	<b>207</b>
6.1	Allgemein.....	207
6.2	Interne Kommunikation .....	207
6.3	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit .....	209
6.4	Flyer- und Broschürenwerbung.....	212
6.5	Zusammenarbeit mit spezialisierten Reiseveranstaltern .....	215
6.6	Messen.....	217
6.7	Direktmarketing.....	217
6.8	Online Marketing.....	219
6.9	Eventmarketing.....	220
6.10	Informationen vor Ort – Beschilderungen und Informationstafeln .....	220
6.11	Undercovermarketing / Guerillamarketing.....	221
<b>7</b>	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>223</b>
7.1	Literatur .....	223
7.2	Karten.....	226
7.3	Mündliche Informationen, nachrichtliche Mitteilungen .....	227
7.4	Informationen aus Internetpräsenzen.....	227

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Amtszuordnung der Gemeinden im Untersuchungsraum einschließlich Einwohnerzahlen im LK Mecklenburgische Seenplatte .....	7
Tabelle 2:	Amtszuordnung der Gemeinden im Untersuchungsraum einschließlich Einwohnerzahlen im LK Vorpommern-Greifswald .....	7
Tabelle 3:	Übersicht der Themen und jeweilige Betrachtungsräume der Bestandsaufnahme .....	9
Tabelle 4:	Landschaftsbildräume in der Region .....	12
Tabelle 5:	Übersicht über FND und GLB in der Region (Auswahl) .....	17
Tabelle 6:	Liste der Kulturdenkmale von landesweiter Bedeutung nach „Karte der touristisch bedeutsamen Denkmale in Mecklenburg-Vorpommern“ (MABL/LAKD 2005).....	20
Tabelle 7:	Seen im Untersuchungsraum (HOYER, E. 2012 und eigene Recherchen) .....	23
Tabelle 8:	Angebote im Bereich Kunst und Kultur- & Landschaftsgeschichte (eigene Recherche) .....	26
Tabelle 9:	Touristisch bedeutsame Veranstaltungen im Untersuchungsraum 2011/12 ....	27
Tabelle 10:	Raumordnerische Aussagen zum Straßen-/ Schienennetz (RPV MS 2011, RPV VP 2010) .....	31
Tabelle 11:	Übersicht über touristisches Rad- und Wanderwegenetz (eigene Recherche, Streckenverlauf und Quellen siehe Anlage 7).....	35
Tabelle 12:	Angebotene Rad- und Wandertouren vom Jagdschloss Kotelow .....	36
Tabelle 13:	Befahrbarkeit im eU-Raum (nach www.dino-navi.de; nicht abschließend).....	39
Tabelle 14:	In 2012 buchbare geführte Touren im Wildtierland Gut Klepelshagen (DEUTSCHE WILDTIER STIFTUNG 2012) .....	45
Tabelle 15:	Strategische Themenmärkte des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (TMV) bis 2015 (TMV 2012).....	51
Tabelle 16:	Tourismusmarketingträger für die Region Galenbecker See .....	53
Tabelle 17:	Beispiele von Webseiten .....	55
Tabelle 18:	Ausgewählte Publikationen zum Galenbecker See und den Brohmer Bergen (Auswahl).....	57
Tabelle 19:	Potenzielle Übernachtungen im U-Raum & Einzugsbereich Galenbecker See .....	64
Tabelle 20:	Naturtourismus Brandenburg – eine definitorische Eingrenzung .....	69
Tabelle 21:	Ausgewählte Beispiele von Baumwipfelpfaden in Deutschland .....	86
Tabelle 22:	Ausgewählte Beispiele von Aussichtstürmen in Deutschland, inkl. Darstellung der Kosten.....	92

Tabelle 23:	Baumhäuser des Tree-Hotel Harads .....	109
Tabelle 24:	Matrix SWOT – Strategien.....	122
Tabelle 25:	Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Produktentwicklung .....	126
Tabelle 26:	Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Infrastruktur.....	130
Tabelle 27:	Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Marketing und Kommunikation .....	133
Tabelle 28:	Projektvorschläge aus den Workshops sowie Gesprächen mit regionalen Akteuren.....	135
Tabelle 29:	Übertragbare Best-Practice-Beispiele .....	136
Tabelle 30:	Vorschläge für jahreszeitliche Events .....	139
Tabelle 31:	Touristische Einrichtungen im Umkreis von 90 min Fahrtzeit zur Region Galenbecker See.....	213
Tabelle 32:	Marketing relevante Einzelhandels-Einrichtungen .....	214
Tabelle 33:	Anbieter für ornithologische Reisen .....	215

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Betrachtungsraumes in M-V .....	3
Abbildung 2: Raumordnerische Einordnung auf Ebene der Planungsregionen .....	4
Abbildung 3: Zuordnung der Region zu touristischen Teilräumen der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte (RPV MS 2011) .....	5
Abbildung 4: Engerer und weiterer Untersuchungsraum einschl. 5 km-Pufferzone .....	6
Abbildung 5: Landschaftsbildraumbewertung in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012) .....	12
Abbildung 6: Rastgebiete und Artvorkommen in der Region (I.L.N. GREIFSWALD 2007- 2009).....	13
Abbildung 7: EU-Vogelschutzgebiete in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012).....	14
Abbildung 8: FFH-Gebiete in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012) .....	15
Abbildung 9: Naturparke in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012) .....	16
Abbildung 10: NSG und LSG in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012) .....	16
Abbildung 11: FND (lila) und GLB (gelb) in der Region, Stand 12/2012 (LUNG M-V 2012)...	17
Abbildung 12: Drachenberg im Bereich des Os .....	18
Abbildung 13: Findling Friedland.....	18
Abbildung 14: Einbindung ins öffentliche Verkehrsnetz (LAIV M-V 2006) .....	30
Abbildung 15: Einbindung ins öffentliche Verkehrsnetz und den ÖPNV (KEIL 2011) .....	32
Abbildung 16: Einzugsgebiete für die Region Galenbecker See im Umkreis von 30, 60 und 90 min Fahrtzeit (GFK GEOMARKETING 2011).....	33
Abbildung 17: Informationstafeln Schutzhütte Rohrkrug (eigene Bilder).....	38
Abbildung 18: Qualität des Wegenetzes im Untersuchungsraum.....	41
Abbildung 19: Wegweiser in Galenbeck.....	42
Abbildung 20: Erlebniswege im Wildtierland Gut Klepelshagen (DEUTSCHE WILDTIER STIFTUNG 2012) .....	45
Abbildung 21: Übersicht über Veröffentlichungen zum Wegenetz bzw. die Darstellung als Rad-, Wander- und Tourismusregion .....	56
Abbildung 22: Darstellung von Akteursgruppen (eigene Darstellung) .....	59
Abbildung 23: Anzahl der Unternehmungenbetriebe und potenzielle Anzahl der Übernachtungen nach Unternehmungsart im Einzugsbereich von 60 km.....	65
Abbildung 24: Nationale Naturlandschaften in Deutschland.....	79
Abbildung 25: Vogelbeobachtungsturm Graswarder auf Fehmarn .....	90
Abbildung 26: Beobachtungsstation im Dovrefjell-Nationalpark .....	93

Abbildung 27: Vogelbeobachtungsturm Laajalahti, FIN .....	94
Abbildung 28: Vogelbeobachtungsturm im NSG Leyhörn.....	94
Abbildung 29: Erläuterung des Berg-Panoramas in Blickfeld.....	95
Abbildung 30: Darstellung einer historischen Wegeführung <sup>96</sup> .....	95
Abbildung 31: HighFlyer .....	96
Abbildung 32: Genusserlebnisweg der Sinne – Six Senses" in Serfaus, Tirol.....	100
Abbildung 33: Impressionen zum Barfußpfad im Naturpark Meißner-Kaufunger Wald .....	102
Abbildung 34: Impressionen aus dem Besucherzentrum Königsstuhl.....	104
Abbildung 35: Heide-Erlebniszentrum Undeluh .....	105
Abbildung 36: Beispiel einer Fotohütte .....	106
Abbildung 37: Impressionen aus dem ErlebnisWald Solling .....	107
Abbildung 38: Baumhaushotel Tree-In im Wolfscenter Dörverden <sup>113</sup> .....	108
Abbildung 39: Impressionen eines Kletterwaldes .....	111
Abbildung 40: Port a Ledge.....	112
Abbildung 41: Schlafen auf der Plattform .....	112
Abbildung 42: Impressionen eines Hochseilgartens, Teambuilding-Maßnahmen .....	113
Abbildung 43: Team Tower in Poppenhausen a. d. Wasserkuppe .....	113
Abbildung 44: Hochseilgarten und Flying Fox, Isarwinkel.....	114
Abbildung 45: Hängeseilbrücke im Flößer- und Naturerlebnisdorf an der Enns.....	114
Abbildung 46: Impressionen der Fischerhöfe an der Müritz (Waren (Müritz), Eldenburg, Boek).....	115
Abbildung 47: GPS-Nutzung im Müritz Nationalpark .....	116

## Anlagenverzeichnis

Nr.	Bezeichnung
1	Rastgebietsprofile nach I.L.N. (2007-2009) für die Rastgebiete „Galenbecker See und Friedländer Große Wiese“ sowie „Putzarer See und Landgrabental“
2	Gebietsmerkmale der EU-Vogelschutzgebiete in der Region (laut Standard-Datenbogen Stand 01/2008)
3	Gebietsmerkmale der FFH-Gebiete in der Region (laut Standard-Datenbogen Stand 09/2011)
4	Gebietsmerkmale der Naturschutzgebiete in der Region
5	Gebietsmerkmale der Landschaftsschutzgebiete in der Region
6	Sehenswürdigkeiten und touristische Einrichtungen in den Ortslagen und im Landschaftsraum (zu Karte „Erholung und Tourismus“)
7	Touristisches Rad- und Wanderwegenetz (zu Karte „Erholung und Tourismus“)
8	Alleinstellungsmerkmale der deutschen Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke (Auszug)
9	Abstimmungen zum Einzelkonzept Altkreis UER
10	Protokoll 1. Workshop vom 06.06.2012 zum Einzelkonzept Altkreis MST
11	Protokoll 2. Workshop vom 29.08.012 zum Einzelkonzept Altkreis MST
12	Pressemitteilungen zum Einzelkonzept für den Altkreis MST
13	Karte „Erholung und Tourismus“ (Maßstab 1 : 50.000)

## Abkürzungen

A	Autobahn
ASH	Am Stettiner Haff (Naturpark)
BB	Brandenburg
BE	Berlin
BM	Bürgermeister
BNatSchG	Bundesnaturschutzgesetz
BW	Baden-Württemberg
BY	Bayern
DE	Deutschland
DTV	Deutscher Tourismusverband
DZ	Doppelzimmer
eU-Raum	engerer Untersuchungsraum
EW	Einwohner
EZ	Einzelzimmer
FEG	Förder- und Entwicklungsgesellschaft Uecker-Region mbH
FFH	Flora-Fauna-Habitat
FND	Flächennaturdenkmal
FSL	Feldberger Seenlandschaft (Naturpark)
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GLB	Geschützter Landschaftsbestandteil
HB	Bremen
HE	Hessen
HH	Hamburg
I.L.N.	Institut für Landschaftsökologie und Naturschutz
K	Kreisstraße
km <sup>2</sup>	Quadratkilometer
L	Landesstraße
LUNG	Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie
LAUN M-V	Landesamt für Umwelt und Natur Mecklenburg-Vorpommern
LK	Landkreis
LSG	Landschaftsschutzgebiet
LAKD	Landesamt für Kultur und Denkmalpflege
MABL	Ministerium für Arbeit, Bau und Landesentwicklung
MV / M-V	Mecklenburg-Vorpommern
MS	Mecklenburgische Seenplatte
MST	Mecklenburg-Strelitz

MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Events (Teil des geschäftlichen Tourismus, der die Organisation und Durchführung von Tagungen (Meetings), von Unternehmen veranstalteter Anreiz- und Belohnungsreisen (Incentives), Kongressen (Conventions) und ähnlichen Veranstaltungen (Events) umfasst)
NI	Niedersachsen
NP	Naturparke
NSG	Naturschutzgebiet
NW	Nordrhein-Westfalen
RL	Richtlinie
RP	Rheinland-Pfalz
RPV	Regionaler Planungsverband
RREP	Regionales Raumentwicklungsprogramm
SE	Schweden
SG	Schutzgebiete
SH	Schleswig-Holstein
SL	Saarland
SN	Sachsen
ST	Sachsen-Anhalt
TH	Thüringen
TMV	Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern
TV	Tourismusverband
TI	Touristinformationsstellen
UER	Uecker-Randow
U-Raum	Untersuchungsraum
VG	Vorpommern-Greifswald
VGU	Verkehrsgesellschaft Uecker-Randow mbH
VP	Vorpommern
VMS	Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Strelitz
wU-Raum	weiterer Untersuchungsraum

## 0 Anlass und Aufgabenstellung

### 0.1 Planungsanlass

Die Region um den Galenbecker See wird von den Städten Friedland, Ferdinandshof und Strasburg (ehemalige Landkreise Mecklenburg-Strelitz und Uecker-Randow) sowie von der Friedländer Großen Wiese und den Brohmer Bergen begrenzt. Sie liegt zwischen den Tourismusschwerpunkträumen Mecklenburgische Seenplatte, Feldberger Seenlandschaft, Oderhaff, Halbinsel Usedom und Insel Rügen, welche starke Besucherströme mit steigender Tendenz verbuchen können.

Die dünn besiedelte<sup>1</sup>, strukturschwache Region zeichnet sich durch eine vielfältige Naturraumausstattung mit einem hohen Anteil an Schutzgebieten aus. Damit bietet sie beste Voraussetzungen für die Entwicklung eines sanften, naturnahen Individual- und Gruppentourismus fernab von den massentouristischen Tendenzen der Tourismusballungsgebiete. Der Naturtourismus, der das unverfälschte Erlebnis intakter Natur sucht, hat auch international eine steigende Nachfrage zu verzeichnen.

Trotz dieser Alleinstellungsmerkmale und Potenziale ist die Region bislang kaum touristisch frequentiert und damit auch infrastrukturell wenig erschlossen.

### 0.2 Aufgabenstellung und Zielsetzung

Im Jahr 2011 beauftragte die Deutsche Wildtier Stiftung die Erstellung eines Konzeptes zur naturtouristischen Entwicklung der Region Galenbecker See für den Altkreis Uecker-Randow, gefördert durch LEADER-Mittel. 2012 konnte, ebenfalls durch LEADER-Mittel gefördert, die Konzepterstellung für den Altkreis Mecklenburg-Strelitz begonnen werden. Mit dem Abschluss der Konzepterstellung für den Altkreis Mecklenburg-Strelitz im September 2012 liegen nun zwei Konzepte für die touristische Entwicklung der Region vor.

Durch eine Zusammenführung beider Konzepte zu einem Gesamtkonzept – gefördert durch das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz des Landes Mecklenburg-Vorpommern – werden die grundlegenden Voraussetzungen für eine naturtouristische Entwicklung der gesamten Region um den Galenbecker See geschaffen, von der Einheimische und Tourismusanbieter gleichermaßen profitieren und die ebenfalls eine effektivere Anwerbung von Fördermitteln ermöglicht.

Mit dem vorliegenden, aus den Einzelkonzepten abgeleiteten Gesamtkonzept soll eine naturtouristische Entwicklung in der Region um den Galenbecker See initiiert werden, die

<sup>1</sup> siehe Kapitel 0.3: 25 – 62 EW/ km<sup>2</sup> in den Ämtern des U-Raumes (Einstufung als „sehr dünn besiedelter Raum“ nach BBR (2005): Raumordnungsbericht 2005. Berichte Bd. 21. Bonn. S. 16); siehe auch: [http://www.bbsr.bund.de/cIn\\_032/nn\\_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossen/Berichte/2000\\_\\_2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html](http://www.bbsr.bund.de/cIn_032/nn_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossen/Berichte/2000__2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html); Abruf: 10.09.2012  
im Vergleich dazu weist der am dichtesten besiedelte Landkreis Deutschlands (Kreis Mettmann) 1.215 EW/km<sup>2</sup> auf, die am dünnsten besiedelten Landkreise Deutschlands sind mit je 39 Einwohnern/km<sup>2</sup> der Landkreis Prignitz im Nordwesten Brandenburgs und der Altmarkkreis Salzwedel im Nordwesten Sachsen-Anhalts (<http://de.wikipedia.org/wiki/Bev%C3%B6lkerungsdichte>; Abruf: 10.09.2012)

dem Nachhaltigkeitsprinzip entspricht und Naturschutzziele unterstützt. Durch die In-Wert-Setzung von Natur und Landschaft kann eine regionale Wertschöpfung erzielt werden.

Da der Naturtourismus von der Vielfalt an dezentralen und landschaftstypischen Angeboten (Naturbeobachtung, Wandern, Radfahren, Wasserwandern etc.) sowie der touristischen Infrastruktur (Wegerouten, Beherbergungs- und Gastronomieeinrichtungen, Rast- und Beobachtungspunkte etc.) lebt, die durch lokale Initiativen geschaffen werden, sollen die bestehenden Angebote analysiert, optimiert und um weitere Attraktionen ergänzt werden.

Durch die Einbeziehung der Akteure vor Ort in die Projektbearbeitung kann die Akzeptanz und das Engagement für die künftige naturtouristische Entwicklung der Region gefördert werden. Außerdem wird das Umwelt-, Natur- und Heimatbewusstsein der ansässigen Bevölkerung gestärkt.

Um die Aufgabenstellung und Zielsetzung zu erreichen, wurden innerhalb der Einzelkonzepte nachstehende Leistungspakete erbracht.

1. Bestandsanalyse der touristischen Potenziale bzw. Infrastruktur einschließlich Analyse der Stärken und Schwächen sowie Auslotung der Potenziale (Chancen und Risiken) einer naturtouristischen Entwicklung der Region um den Galenbecker See<sup>2</sup>
2. Umfeld- und Marktanalyse
3. Zieldefinition und Ableitung von Handlungs-, Maßnahmen- bzw. Projektfeldern
4. Erstellung eines Maßnahmenkatalogs

Im Zuge der Erstellung des Gesamtkonzeptes wurde ein Arbeitstreffen mit ausgewählten TöB<sup>3</sup> und Akteuren der Region<sup>4</sup> durchgeführt.

---

<sup>2</sup> herausgearbeitet durch das Architekturbüro Keil für den Bereich des ehemaligen LK UER; für die Region im Bereich des ehemaligen LK MST durch die beauftragten Unternehmen UmweltPlan und animare sowie durch die Teilnehmer des 1. Workshops vom 06. Juni 2012 in Galenbeck

<sup>3</sup> Träger öffentlicher Belange (TöB): Staatliches Amt für Landwirtschaft und Umwelt Vorpommern (StALU VP), Naturpark "Am Stettiner Haff", Untere Naturschutzbehörde des LK VG

<sup>4</sup> Deutsche Wildtier Stiftung, Bürgermeister Gemeinde Galenbeck, Naturschutzgebiets-Betreuer NSG „Galenbecker See“

### 0.3 Betrachtungsraum

#### *Lage des Galenbecker Sees*

Die Region Galenbecker See ist ein vorrangig ländlich geprägter, dünn besiedelter Raum im Südosten Mecklenburg-Vorpommerns. Sie liegt im Grenzraum der Landkreise (LK) Mecklenburgische Seenplatte (MS) und Vorpommern-Greifswald (VG) und in größerer Entfernung zu wirtschaftlichen Zentren. Wiesen, Wald, Seen und Feuchtbiotope mit einem hohen Anteil an geschütztem Naturraum prägen das Landschaftsbild.



Abbildung 1: Lage des Betrachtungsraumes in M-V

Erläuterung: roter Kreis, landkreisbezogene Zuordnung (blau = Konzept-Regionen)

#### **Die Region Galenbecker See in der Raumordnung**

Die Regionalplanung grenzt in den Regionalen Raumentwicklungsprogrammen (RREP)

- RREP Mecklenburgische Seenplatte (MS) (RPV MS 2011)
- RREP Vorpommern (VP) (RPV VP 2010)

die Region wie folgt aus:

RREP Mecklenburgische Seenplatte

RREP Vorpommern

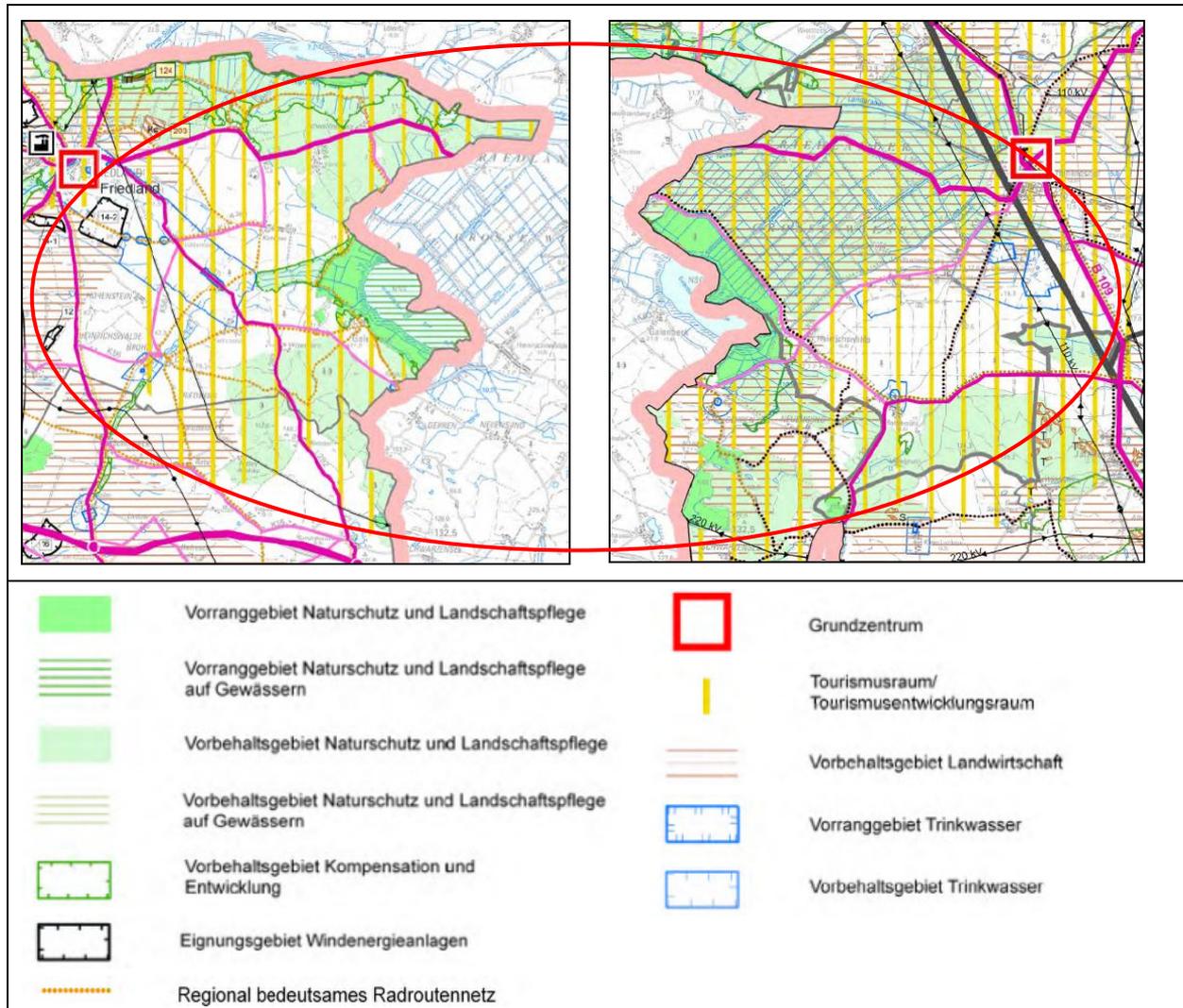


Abbildung 2: Raumordnerische Einordnung auf Ebene der Planungsregionen

Aus der Abbildung kann entnommen werden, dass der Raum zwischen Friedland im Westen und Ferdinandshof im Osten als Tourismus- bzw. Tourismusentwicklungsraum<sup>5</sup>, das unmittelbare Areal des Galenbecker Sees sowie der angrenzenden Flächen jedoch als Vorranggebiet für Naturschutz und Landschaftspflege<sup>6</sup> ausgewiesen ist.

<sup>5</sup> Als Tourismusschwerpunkträume werden etablierte Tourismuszentren mit reicher natürlicher, kulturhistorischer und infrastruktureller Ausstattung definiert. Tourismusentwicklungsräume sind Eignungsraume für landschaftsgebundene Erholung mit weniger ausgeprägter Frequentierung durch Urlauber als in den Schwerpunkträumen. Sie verfügen über ähnlich günstige Voraussetzungen, weisen aber in der touristischen Angebotsstruktur noch Defizite auf. In den Tourismusentwicklungsräumen sollen die vor Ort und in der Landschaft vorhandenen Potenziale in Wert gesetzt und zu touristischen Angeboten in Ergänzung zu den Tourismusschwerpunkträumen entwickelt werden. Die Tourismusschwerpunkträume und die Tourismusentwicklungsräume sollen bei der Tourismusförderung besondere Berücksichtigung finden.

<sup>6</sup> In den Vorranggebieten Naturschutz und Landschaftspflege ist dem Naturschutz und der Landschaftspflege Vorrang vor anderen raumbedeutsamen Nutzungsansprüchen einzuräumen. Soweit raumbedeutsame Planungen, Maßnahmen und Vorhaben in diesen Gebieten mit den Belangen von Naturschutz und Landschaftspflege nicht vereinbar sind, sind diese auszuschließen.

Die Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte wird in 7 touristische Teilräume gegliedert (Abbildung 3). Der auf Seiten der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte ausgegrenzte Teiluntersuchungsraum der Region Galenbecker See liegt dabei im östlichen Tourismusraum Brohmer Berge. Für die Planungsregion Vorpommern existiert keine derartige Zuordnung.

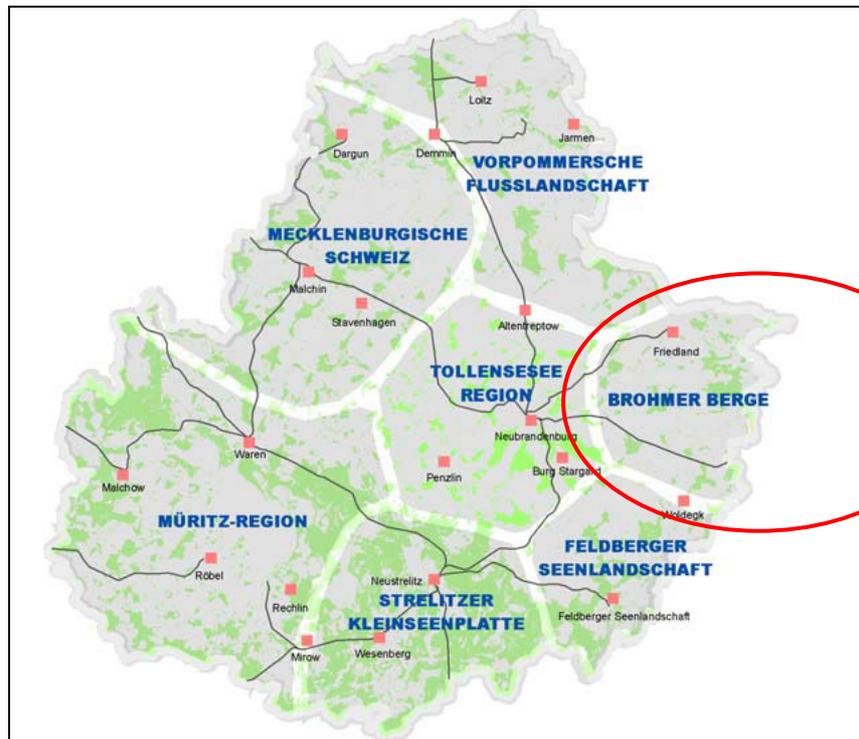


Abbildung 3: Zuordnung der Region zu touristischen Teilräumen der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte (RPV MS 2011)

### **Ausgrenzung des Untersuchungsraumes**

In der Überlagerung der Betrachtungsräume der beiden Konzepte ergeben sich folgende, in der Detailschärfe der Analyse divergierende Untersuchungsräume (Abbildung 4). Dies ist zum einen der **Kernuntersuchungsraum** – als „**engerer Untersuchungsraum**“ (**eU-Raum**). Hier fand eine flächendeckende Bestandsanalyse statt. Mit der Ausgrenzung eines „**weiteren Untersuchungsraumes**“ (**wU-Raum**) werden funktional wichtige und naturräumliche Zusammenhänge und Beziehungen berücksichtigt, die auch über kommunale Gebietsgrenzen hinaus bestehen (z. B. Brohmer Berge /Rosenthaler Staffel).

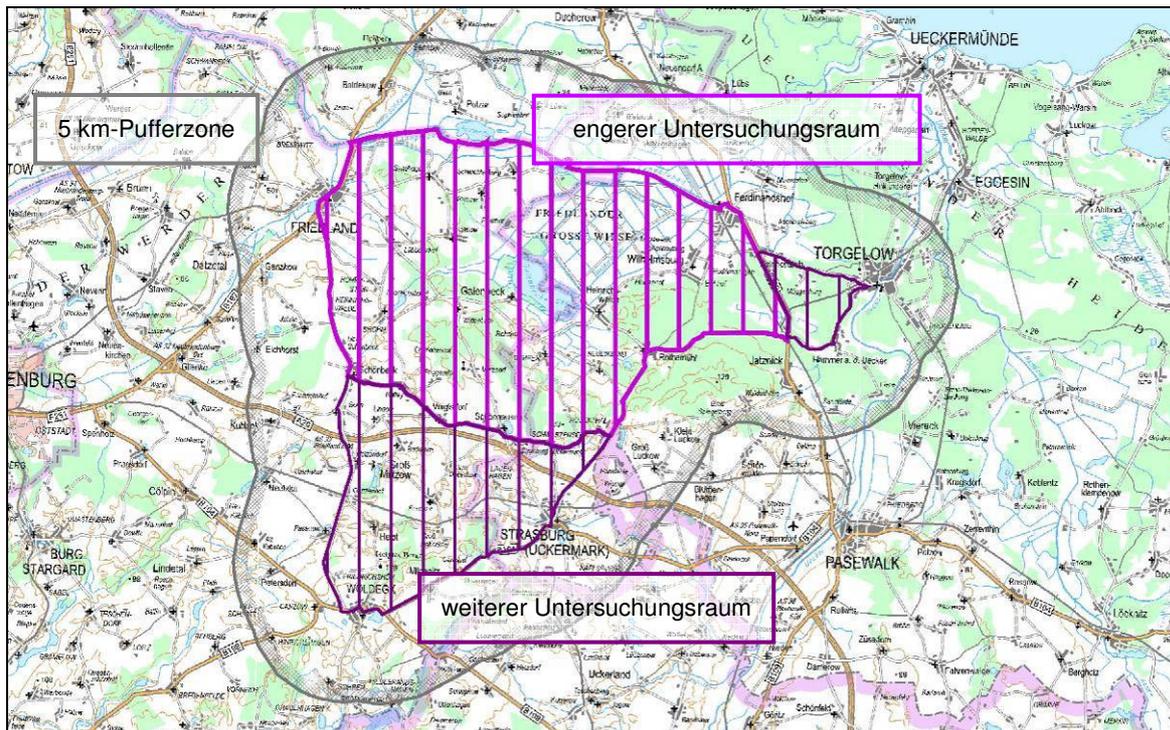


Abbildung 4: Engerer und weiterer Untersuchungsraum einschl. 5 km-Pufferzone

Die Ausgrenzung des **engeren Untersuchungsraumes** orientiert sich am Landgraben als natürliche Grenze im Norden sowie an Infrastrukturen wie der L 281 zwischen Friedland und Schönbeck im Westen, der K 55 zwischen Schönbeck und Schönhausen bzw. der A 20 im Süden sowie der L 32 im Südosten und der B 109 im Osten.

Der **weitere Untersuchungsraum** schließt aufgrund funktionaler Bezüge die südlich des Galenbecker Sees gelegenen Städte Woldegk und Strasburg (Uckermark) sowie Torgelow im Osten (funktionale Beziehungen) ein. Jatznick wird als am östlichen Fuße des Endmoränenzuges der Brohmer Berge gelegener Ort (naturräumliche Bezüge) mit in die Betrachtung eingeschlossen, da es neben Rothemühl sowie Klepelshagen – in seiner Funktion als südliches Eingangstor zum Naturpark „Am Stettiner Haff“ – ebenfalls als wichtiger Verknüpfungspunkt zum Naturpark fungiert (funktionale Bezüge, weiterer Eingangsbereich zum Naturpark).

Die Grenzen sind als weiche, fließende Grenzen anzusehen. Eine Darstellung des engen sowie des erweiterten Untersuchungsraumes wird in die im Konzept integrierte Karte zum Thema "Erholung und Tourismus" (Anlage 12) übernommen. Nicht mit eingeschlossen in die Analyse werden angrenzende eigenständige Natur- und Tourismusräume, wie z. B. der Naturraum um das Datzetal oder auch der Putzarer See sowie die Feldberger Seenlandschaft. Darüber hinaus entfallen letztere Gebiete auch aufgrund der Entfernung zum Galenbecker See (Datzetal ~ 15 km, Putzarer See ~ 7 km, Feldberger Seenlandschaft ~ 30 km).

## Siedlungsstruktur

Die innerhalb des **engeren und weiteren Untersuchungsraums** betrachteten Gemeinden gehören fünf verschiedenen Amtsbezirken in zwei verschiedenen Landkreisen an (Tabelle 1, Tabelle 2). Größere Städte mit Funktion als Grundzentrum und Amtssitz sind im bzw. angrenzend an den **engeren Untersuchungsraum** Friedland und Ferdinandshof; der **weitere Untersuchungsraum** schließt die Städte Torgelow, Strasburg und Woldegk ein.

*Tabelle 1: Amtszuordnung der Gemeinden im Untersuchungsraum einschließlich Einwohnerzahlen im LK Mecklenburgische Seenplatte*

Gemeinden (einschl. Einwohner)	Zugehörige Ortschaften (Lage im U-Raum = unterstrichen)
Amt Friedland (9.502 EW, 34 EW/km <sup>2</sup> )	
Galenbeck (1.217 EW, 13 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Galenbeck</u> , Klockow, Kotelow, <u>Lübbersdorf</u> , Rohrkrug, Sandhagen, Schwichtenberg, <u>Wittenborn</u>
Stadt Friedland (6.428 EW, 66 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Stadt Friedland</u> , Brohm, Bresewitz, <u>Cosa</u> , Dishley, <u>Hohenstein</u> , Ramelow, Schwanbeck
Amt Woldegk (7.180 EW, 25 EW/km <sup>2</sup> )	
Groß Miltzow (1.160 EW, 24 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Groß Miltzow</u> , <u>Badresch</u> , <u>Golm</u> , <u>Holzendorf</u> , <u>Klein Daberkow</u> , Kreckow, Lindow, Ulrichshof
Helpt (359 EW, 16 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Helpt</u> , <u>Oertzenhof</u> und Pasenow
Mildenitz (512 EW, 25 EW/km <sup>2</sup> )	Mildenitz, <u>Carlslust</u> , <u>Groß Daberkow</u> , Hornshagen
Schönbeck (419 EW, 17 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Schönbeck</u> , <u>Charlottenhof</u> , <u>Neu Schönbeck</u> , Poggendorf, <u>Rathey</u>
Schönhausen (263 EW, 14 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Schönhausen und Matzdorf</u>
Voigtsdorf (110 EW, 14 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Voigtsdorf</u>
Stadt Woldegk (3.764 EW, 36 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Stadt Woldegk</u> , Bredenfelde, Canzow, Carolinenhof, <u>Friedrichshöh</u> , Georginenau, Göhren, Grauenhagen, Hildebrandshagen, Hinrichshagen, Johanneshöhe, Oltschlott, Rehberg, Vorheide

*Tabelle 2: Amtszuordnung der Gemeinden im Untersuchungsraum einschließlich Einwohnerzahlen im LK Vorpommern-Greifswald*

Gemeinden (einschl. Einwohner)	Zugehörige Ortschaften (Lage im U-Raum = unterstrichen)
Stadt Strasburg (Uckermark) (5.424 EW, 62 EW/km <sup>2</sup> )	
Stadt Strasburg (5.424 EW, 62 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Stadt Strasburg</u> , Gehren, Neuensund, Rosenthal, Klepelshagen
Amt Torgelow-Ferdinandshof (14.858 EW, 58 EW/km <sup>2</sup> )	
Ferdinandshof (2.855 EW, 60 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Ferdinandshof</u> , Aschersleben, Blumenthal, Louisenhof, Sprengersfelde
Heinrichsruh (258 EW, 15 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Heinrichsruh</u> , <u>Müggenburg</u>

Gemeinden (einschl. Einwohner)	Zugehörige Ortschaften (Lage im U-Raum = unterstrichen)
Heinrichswalde (452 EW, 32 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Heinrichswalde</u>
Rothemühl (319 EW, 10 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Rothemühl</u>
Stadt Torgelow (9.268 EW, 187 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Stadt Torgelow</u> , Drögeheide, Spechtberg
Wilhelmsburg (845 EW, 18 EW/km <sup>2</sup> )	<u>Wilhelmsburg, Eichhof, Fleethof, Friedrichshagen, Johannisberg, Mariawerth, Mittagsberg, Mühlenhof</u>
Hammer (496 EW, 23 EW/ km <sup>2</sup> )	<u>Hammer a. d. Uecker, Försterei Ausbau, Liepe</u>
Amt Uecker-Randow-Tal (7.659 EW, 26 EW/ km <sup>2</sup> )	
Jatznick (1.839 EW, 30 EW/ km <sup>2</sup> )	<u>Bahnhof Jatznick, Herrenkam, Jatznick, Belling, Waldeshöhe, Wilhelmstal, Albertshof, Sandförde</u>

Diese verwaltungsrechtlichen Strukturen erschweren eine Kooperation und Entwicklung der Region Galenbeck als touristische Region nicht unwesentlich.

#### 0.4 Methodik

Das vorliegende Konzept führt die Inhalte der abgeschlossenen Einzelkonzepte für den Bereich des ehemaligen LK UER und den Bereich des ehemaligen LK MST zusammen.

Dabei basieren die Ausführungen des Konzeptes für den Bereich des ehemaligen LK UER auf der Auswertung von Sekundärmaterial sowie Einzelgesprächen mit dem Auftraggeber und Abstimmungen mit folgenden Institutionen und Einzelpersonen:

- Förderverein für Naturschutzarbeit Uecker-Randow- Region e.V.
- LEADER- Aktionsgruppe „Stettiner Haff“
- Naturpark „Am Stettiner Haff“
- Gemeinde Heinrichswalde
- Stadt Strasburg
- Fremdenverkehrsverein Brohmer Berge e.V.
- Forstamt Rothemühl/ Torgelow
- Herr Hoyer als Beauftragter des Landes M-V für das Naturschutzgebiet Galenbecker See
- Staatliches Amt für Landwirtschaft und Umwelt (StALU)
- Untere Naturschutzbehörde, LK UER
- Wirtschaftsförderung LK UER
- Konzept Naturpark Neusiedler See
- Prof. Reichholf aus München
- Prof. Dr. Ahrends
- A +S Unternehmensberatung Berlin

Dem Konzept für den Bereich des ehemaligen LK MST dienen als Grundlage:

- Gespräche mit Experten und Akteuren der Region
- Auswertungen von Sekundärmaterial wie relevante Studien, Gutachten und Konzepte, statistisches Material, Internetpräsenzen, touristische Karten, Broschüren und Marketingmaterial
- Vor-Ort-Begehungen im engeren Untersuchungsraum
- zwei Workshops mit Akteuren der Region zur gemeinsamen Erarbeitung von Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken aus der Innensicht sowie von Ideen, Maßnahmen und Handlungsfeldern für eine nachhaltige naturtouristische Entwicklung der Region

Im Rahmen der Zusammenstellung beider Konzepte wurden deren Ergebnisse mit folgenden Institutionen und Einzelpersonen innerhalb eines Arbeitstreffens diskutiert, ein-

zelne Maßnahmen bewertet sowie Maßnahmen-Standorte abgewogen und verändert bzw. neu definiert:

- Staatliches Amt für Landwirtschaft und Umwelt (StALU VP)
- Naturpark „Am Stettiner Haff“
- Untere Naturschutzbehörde, LK VG
- Beauftragter des Landes M-V für das Naturschutzgebiet „Galenbecker See“
- Gemeinde Galenbeck (Bürgermeister)
- Deutsche Wildtier Stiftung

Eine Übersicht über die insgesamt betrachteten Themen sowie den jeweils themenbezogenen Betrachtungsraum bzw. die Betrachtungstiefe gibt nachfolgende Tabelle.

*Tabelle 3: Übersicht der Themen und jeweilige Betrachtungsräume der Bestandsaufnahme*

Thema	engerer U-Raum	weiterer U-Raum	Pufferzone (5 km)
	<i>flächendeckende Analyse</i>	<i>funktional wichtige bzw. naturräumliche Bezüge und Beziehungen bzw. Highlights</i>	
Natur und Landschaft (außer FND, GLB, Bodendenkmale)	X	X	
FND, GLB, Bodendenkmale	X	X	
Kulturraum	X	X	
Mobilität		X	
Tourismus, Naherholung, Kultur	X	X	
touristische Wege	X	X	X
Gewässer	X	X	
Schutzhütten, Infotafeln	X		
Aussichts- und Beobachtungspunkte	X	X	
Kultur und Kunst	X	X	
Beherbergung	X	X	
Gastronomie	X	X	
touristische Vermarktung	X	X	X
Akteure und deren Kooperation	X	X	X

Für die Darstellung der touristischen Potenziale im Rahmen der Bestandsanalyse wurde eine Unterscheidung in Punkt- (Sehenswürdigkeiten, touristische Angebote) und Linienthemen (touristische Wege) (detaillierte Aufzählung siehe Anlage 6 und 7) und deren Zuordnung zum **engen Untersuchungsraum (eU-Raum)** oder **weiteren Untersuchungsraum (wU-Raum)** vorgenommen.



## 1 Touristisches Profil – Das Gesicht der Region Galenbecker See

### 1.1 Natur- und Landschaftsraum

Der Eiszeit verdankt diese Region wie ganz Mecklenburg-Vorpommern ihre geologische Prägung und die Ausformung ihres attraktiven Landschaftsbildes<sup>7</sup>. Die Region Galenbecker See ist geprägt von

- eiszeitlich geformten Endmoränengebieten, die eine abwechslungsreiche hügelige bewaldete Naturraumausstattung bieten,
- einem relativen Seenreichtum,
- naturbelassenen Wald- und Wiesenflächen,
- einer aufgrund geringer Bevölkerungsdichte weitgehend ursprünglichen Naturlandschaft sowie agrarisch geprägten Kulturlandschaft,
- unzerschnittenen und störungsarmen Naturräumen mit einem vielfältigen Artenreichtum, insbesondere im Areal des Galenbecker Sees.

Das in der Weichseleiszeit geformte Endmoränengebiet, dessen höchste Erhebung mit den Brohmer Bergen 149 m über dem Meeresspiegel liegt, wird durch Rotbuchen- und Mischwälder geprägt. Das von hier abfließende Wasser führte zur Entstehung des Niedermoors Friedländer Wiese und des Galenbecker Sees. Neben den Brohmer Bergen stellt das Gebiet um den Galenbecker See die für den **eU-Raum** prägende Landschaft dar. Darüber hinaus ist die Region des Galenbecker Sees aufgrund der hohen Diversität ein einzigartiger Lebensraum für zahlreiche Tiere und Pflanzen und gehört somit auch zu einem der ältesten Naturschutzgebiete Deutschlands. Jedoch findet in den letzten Jahren ein Wechsel des Artenspektrums statt, da wasserwirtschaftliche Belange zu schwankenden Wasserständen im Galenbecker See führen und infolgedessen findet eine Veränderung der Habitate statt (HOYER, E. 2012; I.L.N. GREIFSWALD 2007-2009).

Im Folgenden wird die natur- und landschaftsräumliche Ausstattung im Einzelnen anhand von Detailkarten (einschl. Kategorisierungen) und zugehöriger Erläuterung dargestellt. Detaillierte Gebietsmerkmale sind in den Anlagen 1-5 aufgeführt. Berücksichtigung finden:

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| - Landschaftsbildräume       | - Rastvögel – Rastgebiete und Artvorkommen |
| - EU-Vogelschutzgebiete      | - Flora-Fauna-Habitat (FFH)-Gebiete        |
| - Naturparke (NP)            | - Natur- und Landschaftsschutzgebiete      |
| - Flächennaturdenkmale (FND) | - Geschützte Landschaftsbestandteile (GLB) |

Nationalparke und Biosphärenreservate sind in der Region und ihrem Umfeld nicht ausgewiesen.

<sup>7</sup> detailliertere Infos zur Region Brohmer Berge siehe auch <http://www.brohmerberge.com/eiszeit>

## Landschaftsbildräume

Die Ausgrenzung und Wertbestimmung der Landschaftsbildräume basieren auf den Ergebnissen der Studie „LANDESWEITE ANALYSE UND BEWERTUNG DER LANDSCHAFTSPOTENZIALE“<sup>8</sup> (LAUN M-V 1996).

Große Teilbereiche der Region Galenbecker See zeichnen sich durch eine hohe bis sehr hohe Bewertung des Landschaftsbildpotenzials aus. Aufgrund der besonderen Vielfalt, Schönheit und Eigenart der Landschaft werden u. a. der Galenbecker See und die Brohmer Berge sehr hoch bewertet.

Diese Bewertung spiegelt das Potenzial dar, das es zu vermarkten gilt.

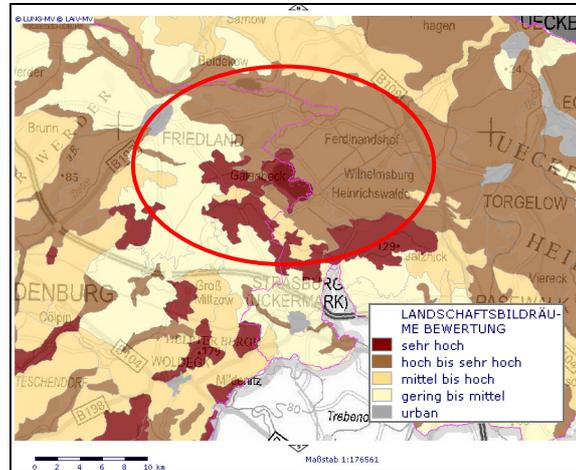


Abbildung 5: Landschaftsbildraumbewertung in der Region, Stand 05/2012 (LUNG M-V 2012)

Folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Landschaftsbildräume in der Region:

Tabelle 4: Landschaftsbildräume in der Region

Bewertung	Bezeichnung des Landschaftsbildraumes	
	enger Untersuchungsraum	weiter Untersuchungsraum
<b>sehr hoch</b> [wU-Raum: Auswahl]	Galenbecker See Lübbersdorfer Wald und Niederung des Mühlbaches Brohmer Berge Klepelshagener Forst	Schanzenberg und Waldgebiet südlich Rothemühl Jatzker Wald Niederung um Gross Miltzow Helpter Berge
<b>hoch bis sehr hoch</b>	Niederung nördlich Kotelow Datzetal (geringer Anteil) Friedländer Große Wiese und Gebiet um Heinrichswalde Waldgebiet nordöstlich Rothemühl	Niederung der Uecker (südlich Torgelow) Niederung des Lauenhagener Sees Niederung nördlich Pasenow
<b>mittel bis hoch</b>	Ackerlandschaft bei Galenbeck	Grünland bei Jatznick Ackerflächen östlich Genzkow Ackerlandschaft der Helpter Berge Feldlandschaft um Gross Daberkow

<sup>8</sup> Studie zur "LANDESWEITE ANALYSE UND BEWERTUNG DER LANDSCHAFTSPOTENZIALE": Hier wurde die Schutzwürdigkeit der Räume über ihr Vermögen bestimmt, den landschaftlichen bzw. landeskundlichen Funktionen gerecht zu werden. Die qualitative Bewertung erfolgte über die Informationen zu Vielfalt, Eigenart, Naturnähe und Schönheit der Landschaftsbildräume, d. h. die einzelnen Komponenten mit ihren Strukturelementen erfahren eine Werteinstufung aus ihrer visuell-qualitativen Wirkung, ihrem Kompositionsgefüge im Landschaftsraum heraus.

Bewertung	Bezeichnung des Landschaftsbildraumes	
	enger Untersuchungsraum	weiter Untersuchungsraum
gering bis mittel	Ackerfläche südöstlich von Friedland Ackerlandschaft bei Rattey	Ackerlandschaft südlich der Brohmer Berge
urban	Friedland	Strasburg, Woldegk, Torgelow

### Rastvögel – Rastgebiete und Artvorkommen

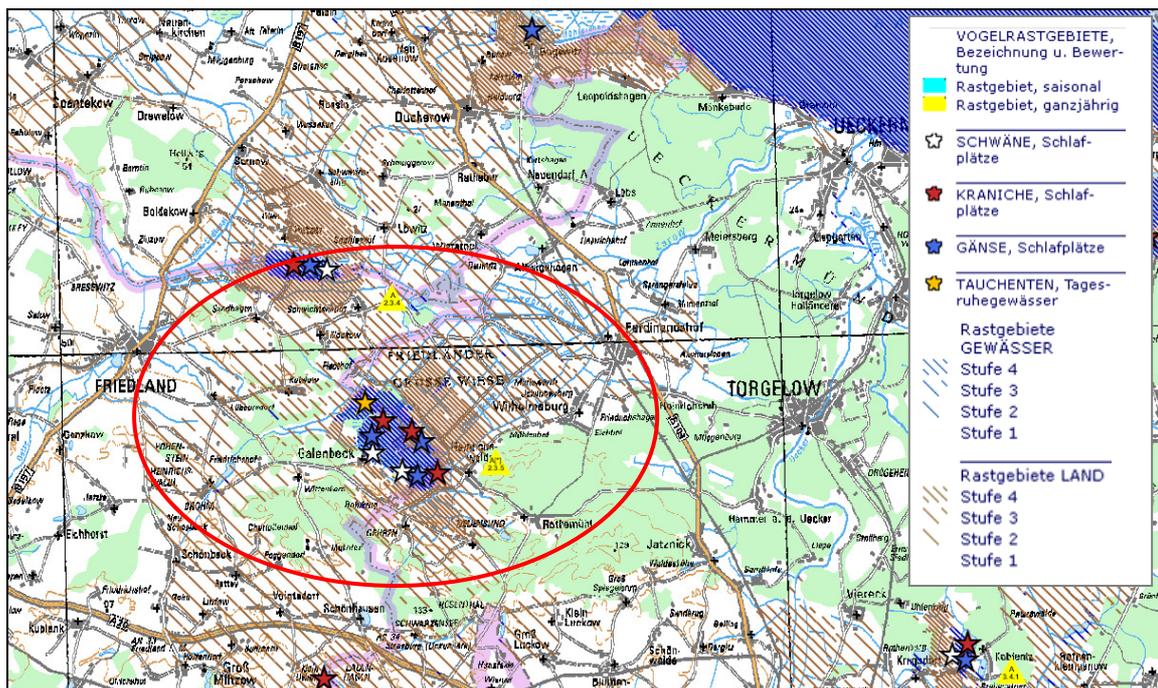


Abbildung 6: Rastgebiete und Artvorkommen in der Region  
(I.L.N. GREIFSWALD 2007-2009)

Das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern zeichnet sich durch seinen hohen Stellenwert als internationales Vogelrastgebiet aus. Vor allem die zahlreichen Gewässer erfüllen hierbei wichtige Lebensraumfunktionen.

Abbildung 6 zeigt, dass sich der Galenbecker See, die Friedländer Große Wiese und der Putzarer See, als bedeutsame Rastgebiete für zahlreiche Vogelarten, von ihrer Umgebung deutlich abheben. Diese Gewässer fungieren als wichtiger Schlafplatz für Schwäne, Kraniche, Gänse und Tauchenten. Die östlichen landseitigen Bereiche werden als Rastgebiet Stufe 4 bewertet, woraus sich eine hohe Anzahl an Individuen sowie eine hohe Lebensraumfunktion ableiten lässt (I.L.N. GREIFSWALD 2007-2009).

Im Herbst sind im Rast- und Überwinterungsgebiet Galenbecker See und Friedländer Große Wiese zwischen 900 und 3.500 Kraniche sowie 1.000 bis 10.000 Graugänse zu

erwarten<sup>9</sup> (I.L.N. GREIFSWALD 2007-2009; s. a. Anlage 1).

Der Galenbecker See zeichnet sich durch seine abwechslungsreiche Avifauna und den hohen Stellenwert als ganzjähriges Vogelrastgebiet für folgende Arten aus: Fischadler, Seeadler, Graugans, Kiebitz, Kornweihe, Kranich, Reiherente, Rohrweihe, Rotdrossel, Saatgans, Schellente, Schnatterente, Silbermöwe, Singschwan (STAUN UEM 2007).

### EU-Vogelschutzgebiete

Als EU-Vogelschutzgebiete werden die besonderen Schutzgebiete nach Artikel 3 und 4 EU-Vogelschutzrichtlinie bezeichnet (EG-Vogelschutzrichtlinie 79/409/EWG vom 2. April 1979 über die Erhaltung der wildlebenden Vogelarten).

Ein hoher Flächenanteil des Untersuchungsraumes ist als Vogelschutzgebiet ausgewiesen. Gerade im Bereich des Galenbecker Sees und des Putzarer Sees ist ein hohes Vorkommen von Wasservögeln zu verzeichnen (s. a. Rastgebietsfunktion).

Darüber hinaus weisen die Brohmer Berge ein vielfältiges Artenspektrum auf, welches sich dort gut beobachten lässt.

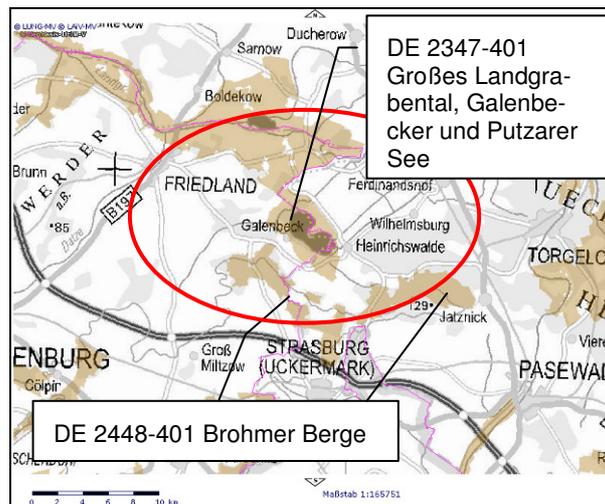


Abbildung 7: EU-Vogelschutzgebiete in der Region, Stand 05/2012  
(LUNG M-V 2012)<sup>10</sup>

Faunistische Besonderheiten in den Brohmer Bergen laut Vogelschutzrichtlinie Anhang I sind: Eisvogel, Flusseeeschwalbe, Kranich, Mittelspecht, Neuntöter, Rohrweihe, Rotmilan, Schreiadler, Schwarzmilan, Schwarzspecht, Seeadler, Sperbergrasmücke, Trauerseeschwalbe, Wachtelkönig, Weißstorch, Wespenbussard, Zwergschnäpper, Graumammer, Grauschnäpper, Turteltaube und Wachtel. Für viele dieser Arten dient der Galenbecker See auch als Bruthabitat (STAUN UEM 2007).

Dadurch genießt der Standort den Vorteil in seinen Attraktionen nicht nur auf das Frühjahr und den Herbst beschränkt zu sein (vorwiegende Rastzeiten).

Die besonderen faunistischen Vorkommen in relativ hoher Dichte bieten ein hohes Potenzial für den Naturtourismus. Insbesondere die Gruppe der Ornithologen und Naturbeobachter/ Fotografen kann in der Vermarktung gezielt angesprochen werden.

<sup>9</sup> die Anzahlen korrespondieren mit den Wasserständen; nach neueren Daten (10/2008) Maximum über 6.000 Kraniche

<sup>10</sup> die in Anlage 2 aufgeführten Tabellen geben die wesentlichen Merkmale des jeweiligen Schutzgebiets wieder (laut Standard-Datenbogen Stand 01/2008)

## FFH-Gebiete

Als FFH-Gebiete werden die besonderen Schutzgebiete nach der Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie (FFH-Richtlinie 92/43/EWG vom 21. Mai 1992 zur Erhaltung der natürlichen Lebensräume sowie der wildlebenden Tiere und Pflanzen) bezeichnet.

FFH-Gebiete und EU-Vogelschutzgebiete bilden das Netz Natura 2000 und dienen dem Erhalt der biologischen Vielfalt und der Vernetzung wichtiger Lebensräume.

Die Brohmer Berge zeichnen sich durch folgende faunistische Vorkommen aus: Hirschkäfer, Heldbock, Kammmolch, Rotbauchunke und Großem Mausohr (Fledermausart).

Im Schutzgebiet Galenbecker See sind neben Fischotter und Biber weitere geschützte Arten nach der FFH-Richtlinie, wie Goldener Scheckenfalter, Steinbeißer, Schlammpeitzger, Bauchige Windelschnecke und Schmale Windelschnecke, hervorzuheben. Bei der Bauchigen Windelschnecke handelt es sich um das bedeutendste Vorkommen der Art in Mecklenburg-Vorpommern. Zur Laichzeit können einige Amphibien am See beobachtet werden z. B. blau gefärbte Moorfrosch-Männchen. Als floristische Highlights sind Sumpf-Knabenkraut, Sumpf-Glanzkraut, Mehlprimel, Breitblättriges Knabenkraut und Prachtnelke zu finden.

Durch die langjährige landwirtschaftliche und fischereiliche Nutzung drohte der Verlust des Galenbecker Sees. Anlässlich dessen wurde 2001 das EU-Life-Projekt **Naturraum-sanierung Galenbecker See für prioritäre Arten** veranlasst. Nach 8-jähriger Renaturierung wurden der Wasserhaushalt und der Seespiegel im Projektgebiet stabilisiert, das Moorwachstum um den See wieder initiiert und verschiedenen Zielvogelarten Nahrungs- und Brutgebiete geschaffen.

Mit diesen über die Vogelwelt hinausgehenden besonderen faunistischen und floristischen Vorkommen kann ein breiteres Spektrum an Naturtouristen angesprochen werden.

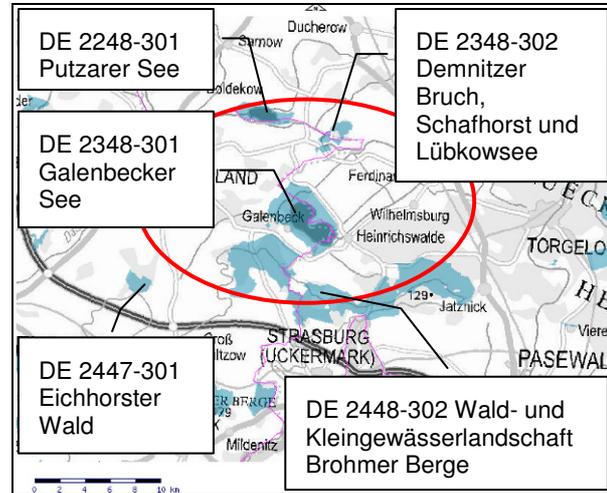


Abbildung 8: FFH-Gebiete in der Region,  
Stand 05/2012  
(LUNG M-V 2012)<sup>11</sup>

<sup>11</sup> die in Anlage 3 aufgeführten Tabellen geben die wesentlichen Merkmale des jeweiligen Schutzgebiets wieder (laut Standard-Datenbogen Stand 09/2011)

### Naturparke (NP) (s. a. Angaben in Kap. 2.4.2)

Der Untersuchungsraum wird im Teilbereich des LK VG vom Naturpark<sup>12</sup> "Am Stettiner Haff" überlagert.

Von den Ausstrahlungseffekten des angrenzenden bzw. überlagernden NP „Am Stettiner Haff“ kann die gesamte Region profitieren. Zumal diese mit den Brohmer Bergen sowie dem Galenbecker See und der Friedländer Großen Wiese, die naturräumlich und geschichtlich bedingt eine Einheit darstellen, an bedeutenden Naturräumen des Naturparks partizipiert.

Der südlich gelegene Naturpark "Feldberger Seenlandschaft" besitzt aufgrund der Entfernung sowie der Zuordnung zu unterschiedlichen Naturräumen keine größere Bedeutung für die Region.

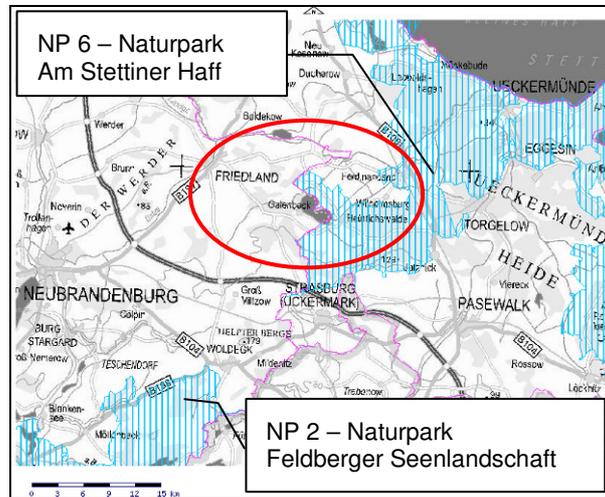


Abbildung 9: Naturparke in der Region,  
Stand 05/2012  
(LUNG M-V 2012)

### Natur- und Landschaftsschutzgebiete (NSG & LSG) (s. a. Angaben in Anlage 4, 5)

Ein großer Teil des Untersuchungsraumes steht unter nationalem Schutzstatus. Der Galenbecker See als eines der ältesten Naturschutzgebiete der BRD und das Landschaftsschutzgebiet Brohmer Berge prägen den Raum durch ihre Vielzahl ökologisch wertvoller Lebensräume und kulturhistorischer Landschaftsbestandteile.

Erläuterung zur Abbildung:

- NSG 038 – Klepelshagen
- NSG 049 – Galenbecker See einschl. Erweiterung
- NSG 051 – Burgwall Rothemühl
- NSG 069 – Putzarer See
- NSG 101 – Eichhorst im Schönbecker Wald
- LSG 030a – Brohmer Berge (Mecklenburg-Strelitz)
- LSG 030b – Brohmer Berge / Rosenthaler Staffel (Uecker-Randow)

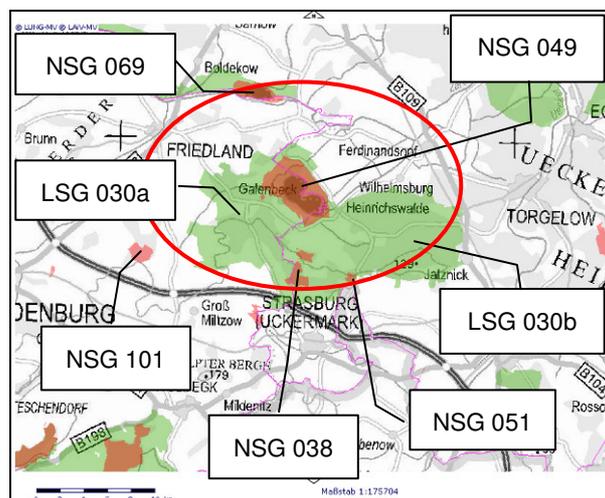


Abbildung 10: NSG und LSG in der Region,  
Stand 05/2012  
(LUNG M-V 2012)

<sup>12</sup> Naturparke dienen sowohl dem Schutz und Erhalt der Kulturlandschaften mit ihrer Biotop- und Artenvielfalt als auch der Erholung, dem natur- und umweltverträglichen Tourismus und einer dauerhaft natur- und umweltverträglichen Landnutzung.

In der touristischen Vermarktung ist zu berücksichtigen, dass bereits aufgrund des Wissens um den Schutzstatus von Natur- und Landschaftsschutzgebieten in aller Regel eine gewisse ästhetische Attraktivität zugesprochen wird, während eine vergleichbare Landschaft ohne eine solche Wertzuweisung diesen Bonus nicht erhält (NOHL 1993).

Bei einer entsprechenden Einbindung der sensiblen Räume (insbesondere NSG) in ein Besucherlenkungskonzept (z. B. Stationsnetz mit Info- und Aussichtspunkten; jahreszeitliche, thematische Führungen, etc.) kann die touristische Attraktivität der Region gesteigert werden. Dabei hat sich die touristische Nutzung mit der Möglichkeit zum „Natur-Erleben“ an der ökologischen Tragfähigkeit von Natur und Landschaft zu orientieren.

### Flächennaturdenkmale (FND) und Geschützte Landschaftsbestandteile (GLB)

Im eU-Raum (Bereich LK VG) sowie im wU-Raum sind einige FND und GLB anzutreffen. In den Helpter Bergen lässt sich im Vergleich jedoch eine deutlich höhere Dichte an FND feststellen. Solche Landschaftsereignisse lassen sich als gezielte Attraktionen auf einer Wander- bzw. Fahrradtour ansteuern.

In der folgenden Tabelle werden einzelne Flächennaturdenkmale (FND) und Geschützte Landschaftsbestandteile (GLB) beispielhaft aufgeführt:

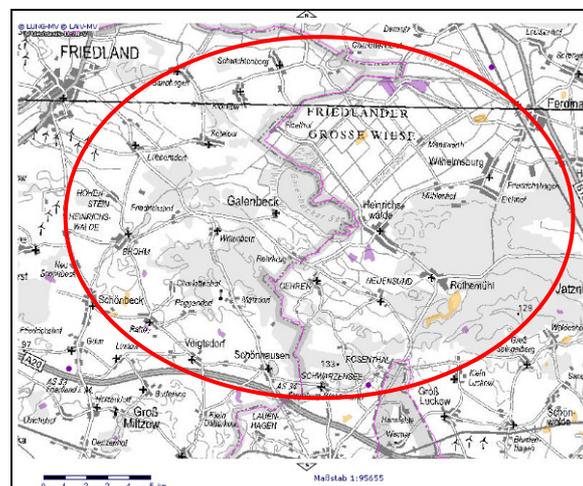


Abbildung 11: FND (lila) und GLB (gelb) in der Region, Stand 12/2012  
(LUNG M-V 2012)

Tabelle 5: Übersicht über FND und GLB in der Region (Auswahl)

Status	Lage	Bezeichnung
FND	nördl. Friedländer Wiese:	Kreuzdorn-Moorbirkenbruch (FND UER 3a und 3b – zwei Teilflächen)
	südl. Heinrichswalde:	Birkenbruch bei Heinrichswalde (FND UER 32) Sander bei Gehren (FND UER 24)
	nördl. Voigtsdorf:	Sandgrube und Trockenrasen nördlich von Voigtsdorf (FND MST 6)
	Ratthey:	Alter Reitplatz südlich von Ratthey (FND MST 54)
	zw. Ratthey und Brohm (bei Friedberg):	Drachenberg (FND MST 17)
	Schönbeck:	Bullenkoppel (FND MST 50)
	am NSG Eichhorst:	Schäferwiese im Eichhorster Forst (FND MST 5)

Status	Lage	Bezeichnung
	südl. Golm:	Golmer Mühlbach (FND MST 53)
	südl. Schinderberg:	Recksee bei Rosenthal (FND UER 8)
	südl. Nettelgrund	Fennbruch nördlich Klein Luckow (FND UER 31)
	zw. Ferdinandshof und Altwigshagen	Mehlprimelvorkommen (FND UER 29)
<b>GLB</b>	zw. Schönbeck und Rattey:	Oser zum Tal der Schönbäk, Sandberg, Fuchsberg und Feuchtwiese (GLB MST 2a und GLB MST 2b – zwei Teilflächen)
	Friedländer Große Wiese:	Heuweiche (GLB UER 4)
	westl. Ferdinandshof:	Kalkloch (GLB UER 1)
	östl. Ferdinandshof	Ehemalige Sandgrube Blumenthal (GLB UER 36)
	südl. Heinrichsruh (B 109)	Porstmoor bei Heinrichsruh (GLB UER 35)
	südl. Rothemühl:	Niedermoorkomplex Brunnen- und Heinrichswiese (GLB UER 3)

## Geotope

Geotope sind geschützte Relikte erdgeschichtlicher Entstehungsprozesse. Im Untersuchungsraum befinden sich zwei gesetzlich geschützte Geotope (nach LUNG M-V 2012), die die Landschaft der Region prägen.



Abbildung 12: Drachenberg im Bereich des Os<sup>13</sup>

Abbildung 13: Findling Friedland<sup>14</sup>

OS Brohm-Schönbeck (G2\_442)  
Lage: südl. Brohm, östl. Schönbeck

Findling Friedland (G2\_048)  
Lage: nordwestl. Hohenstein

Darüber hinaus sind folgende glaziale Schollen gemäß Geopark Mecklenburgische Eiszeitlandschaft (nach LUNG M-V 2012) im Raum verzeichnet: glaziale Scholle Friedland (Eozän), Eozänscholle Wittenborn, Kreidescholle Wittenborn.

Weitere Objekte des Geoparks mit geotouristischer Bedeutung sind gemäß LUNG M-V (2012) die Kesselmoore bei Matzdorf sowie bei Rosenthal, der Demenzsee sowie die Rosenthaler Stauchmoräne. In den bestehenden Geschiebegärten in Gehren und

<sup>13</sup> Quelle: [http://www.kleks-online.de/kleks\\_element.php?Lang=de&ID=2447/0CV-0](http://www.kleks-online.de/kleks_element.php?Lang=de&ID=2447/0CV-0) über <http://www.kleks-online.de/>; Foto: Maik Stöckmann

<sup>14</sup> Quelle: <http://maps.kulturlandschaft-informatik.de/wrap.php?Lang=de&Q=KLE&ID=2347/A01-0> über <http://www.dino-navi.de/>; Foto: Maik Stöckmann

Schwichtenberg – letzterer fungierend als Aktionszentrum des Geoparks neben der Forstsamendarre Jatznick – wurden verschiedene Geschiebe der Eiszeitlandschaft zusammengetragen und gegenüber gestellt.

Landschaftsprägende Geotope lassen sich zudem in thematische Wander-, Rad- oder Reitrouuten einbinden, wie bereits in der Geotouristischen Route „Rund um Galenbeck“ erfolgt. Der Gast kann so gezielt an Zeugnisse der erdgeschichtlichen Entstehung der Region heran geführt werden, die auch durch Sagen und Mythen emotionalisiert werden können.

### Fazit

Natur- und Landschaftsraum	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ reiches Naturraumpotenzial - prägende Landschaftselemente: Wald, Wiesen, Seen, Moor</li> <li>▪ kaum Zerschneidung und Zersiedelung der Landschaftsräume → ermöglicht eine besondere Erlebbarkeit der Natur</li> <li>▪ als sehr wertvoll eingestufte Landschaftsfreiräume und Landschaftsbildräume</li> <li>▪ Lebensräume mit besonderer Schutzwürdigkeit (Moore/ Feuchtlebensräume, Stand-/ Fließgewässer, Mager-/ Trockenstandorte, Wälder)</li> <li>▪ zahlreiche national und international anerkannte Schutzgebiete, deren Status den Erhalt von Naturräumen als Ökosysteme und Rückzugsräume für Flora und Fauna sichert: → Natur- und Landschaftsschutzgebiete, FFH, Naturparke, EU-Vogelschutzgebiete</li> <li>▪ bedeutsame ganzjährige Rastgebiete um den Galenbecker See sowie Putzarer See und Lübkowsee</li> <li>▪ Natur und Landschaft ist Alleinstellungsmerkmal und Besonderheit</li> <li>▪ Diversität der Habitate, insbesondere im und um den Galenbecker See</li> <li>▪ EU-Vogelschutzgebiete – hervorragendes Gebiet zur Vogelbeobachtung</li> <li>▪ zwei Naturparke mit überregionalem Bekanntheitsgrad in unmittelbarer Nachbarschaft – als Impulsgeber und Partner betrachten</li> <li>▪ Genese, geballte Geologie (Eiszeitroute)</li> <li>▪ besonderes Landschaftsbild; besondere, einzigartige Blickstrukturen und -achsen: von außen nach innen (Brohmer Berge zum Galenbecker See); von innen nach außen (Galenbecker See zu den Brohmer Bergen); von den Brohmer Bergen bis zum Haff; besonders schöner Ausblick vom Fuchsberg</li> <li>▪ einzigartiges Relief in M-V mit den Brohmer Bergen (von 6 m auf 150 m) = Alleinstellungsmerkmal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ fehlende Erlebbarkeit des Galenbecker Sees → durch Damm und Vernässungsflächen bzw. Life-Projekt-Fläche (nach Norden vorgelagert), ursprüngliche Fläche des Sees an sich nur von Beobachtungsplattform bei Galenbeck aus, nicht von Wegen aus (ebenerdig) erlebbar</li> <li>▪ Dynamik der Entwicklung des Artenspektrums am Galenbecker See (bedingt durch Renaturierungsprojekt und unterschiedliche Wasserstände) bringt Wechsel der faunistischen und floristischen Attraktionen</li> <li>▪ bekannte Erscheinungen und Attraktionen fallen aus, zukünftige Entwicklung nicht vorhersehbar</li> <li>▪ Differenzen in der Bestimmung des Entwicklungsziels bedingt durch unterschiedliche Interessen (bezogen auf verschiedene Tierarten, die Wasserwirtschaft, die Landwirtschaft etc.)</li> <li>▪ Präsenz von sichtbaren Personen besitzt Scheuchwirkung auf Brut- und Rastvögel (gilt nicht für Autos) → Beobachtung und Erleben der Vogelwelt z.B. vom Damm aus so nicht gewährleistet</li> <li>▪ Restriktionen für den Tourismus in geschützten Naturbereichen, insbesondere Galenbecker See – Zugänglichkeit / Zuwegung</li> <li>▪ unzureichende Einbindung des Natur- und Landschaftspotenzials in touristische Angebote</li> <li>▪ das Naturpotenzial der Region Galenbecker See unterscheidet sich nicht wesentlich von dem in den umliegenden Naturparks – kein Alleinstellungscharakter und Konkurrenz</li> </ul>

## Herausforderungen

- Schutz der Landschaft durch nachhaltige Nutzung und weitere Renaturierungsmaßnahmen
- touristische Erschließung des Naturpotenzials im Einklang mit den Naturschutzbestimmungen
- Profilbildung im Bereich Naturtourismus – ökologisch verträgliche Inwertsetzung der Besonderheiten von Flora und Fauna durch Naturerlebnisangebote, die dem Besucher die Schönheit der Natur und die eigene Verantwortung für ihren Erhalt anschaulich vermitteln
- Steigerung des Erlebniswertes der Landschaft durch ökologisch verträgliche touristische Angebote – Inszenierung durch Erlebnisangebote
- Kommunikation der Verhaltensempfehlungen bzw. des besonderen Schutzstatus für Besucher in den geschützten Landschaftsräumen

## 1.2 Kulturraum

Nicht nur der Natur- und Landschaftsraum der Region Galenbecker See ist als bedeutsam zu bewerten, auch die bemerkenswerte Kultur- und Siedlungsgeschichte mit ihren Hinterlassenschaften wie Kirchen, Gutshäusern, Burgruinen, Windmühlen und Stadtbefestigungen bietet vielfältige Potenziale und Anknüpfungspunkte für die Entwicklung von naturtouristischen Angeboten. Nachfolgende Tabelle zeigt das große touristisch verwertbare Potenzial an regionalen **Bau- und Bodendenkmalen bzw. kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten** im ansonsten ländlich geprägten Raum. Abseits touristischer Zentren ergänzen die z. T. gut erhaltenen, Gutshäuser und Kirchen sowie die Spuren ländlichen Lebens den Eindruck der Ursprünglichkeit der Landschaft.

In der nachfolgenden Tabelle werden auszugsweise bedeutende Denkmale des Untersuchungsgebietes dargestellt, aufgrund der Vielzahl wird lediglich auf die Kulturdenkmale mit landesweiter Bedeutung eingegangen. Weitere regional bzw. lokal bedeutsame Denkmale sind der Anlagen 6 zu entnehmen.

*Tabelle 6: Liste der Kulturdenkmale von landesweiter Bedeutung nach „Karte der touristisch bedeutsamen Denkmale in Mecklenburg-Vorpommern“ (MABL/LAKD 2005)<sup>15</sup>*

Kategorie	Name / Bezeichnung	Ort
<b>Einzeldenkmal / Baudenkmal</b>		
Historische Stadanlage	Stadtbefestigung mit Anklamer und Neu-brandenburger Tor sowie Fischerburg	Friedland (Häufung von Objekten der Stadtarchitektur innerhalb des Ortes)
Schlösser, Burgen, Gutshäuser	Gutsanlage mit Gutshaus, Wirtschaftshof und mittelalterlichem Burgturm	Galenbeck
	Gutshaus und Park	Heinrichsruh
Kirchen und Klöster	Dorfkirche	Badresch
	Dorfkirche (Feldsteinkirche)	Brohm

<sup>15</sup> s. a. <http://www.kulturportal-mv.de/>

Kategorie	Name / Bezeichnung	Ort
	St. Marienkirche	Friedland
	Dorfkirche	Galenbeck
	Dorfkirche mit spätgotischem Schnitzaltar	Kotelow
	Marienkirche	Strasburg
technisches Denkmal	Windmühle Ehlersche Mühle	Woldegk (Häufung in einem Ort)
	Windmühle Museum	Woldegk (Häufung in einem Ort)
	Windmühle Ruine	Woldegk (Häufung in einem Ort)
	Windmühle Frölke'sche Mühle	Woldegk (Häufung in einem Ort)
sonstige Sehenswürdigkeiten	Blockhaus (ländl. Bauten; Einzeldenkmal)	Eichhof
<b>Bodendenkmal</b>		
Grab, Wallanlage u. ä. der Ur- und Frühgeschichte	Burgruine	Galenbeck
	Niederungsburg	Jatzke
	-	Klepelschagener Forst
	Burgwall Rothemühl Forst	Rothemühl Forst
	Burg	Schönhausen
	Turmhügel	Schönhausen
	Niederungsburg	Torgelow

Bisher entsteht jedoch in vielen Orten beim Besucher der Eindruck der Verslossenheit. Die zum Erleben und Erkunden des Kulturrums notwendigen Leitsysteme und Parkmöglichkeiten, Rast- und Fahrradabstellmöglichkeiten sowie regionaltypische Produkte und Kulturangebote fehlen größtenteils. Die Zugänglichkeit der kulturhistorischen Elemente ist, beispielhaft durch geschlossene Kirchen, aber auch durch fehlende Ausschilderung, nicht gegeben.

### Fazit

Kulturräum	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ erlebbare, klare, historisch gewachsene Ortsgrundrisse mit idyllischen Bauernhäusern, Gutsanlagen etc.)</li> <li>▪ relativ hohe Dichte an kulturhistorisch wertvollen Gebäuden und Ensembles (Schlösser bzw. Gutshäuser und Parkanlagen wie Schloss Rattey, Kotelow, Zinzow, Heinrichsruh etc.)</li> <li>▪ Moorflächen (einerseits Moordegradierung für die landwirtschaftliche Nutzung, andererseits Renaturierung für den Natur- und Artenschutz) - Moornutzung (Meliorierung vs. Renaturierung)</li> <li>▪ einige kulturhistorisch wertvolle Elemente wie Burgwall &amp; Tanzlinde (= einzige in Nord-DTL) in der Ortschaft Galenbeck sowie die slawischen Burgwälle Schanzenberg &amp; Wittenborn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kulturhistorisches Potenzial der Orte kaum, z. B. über thematische Routen, miteinander verknüpft</li> <li>▪ nur wenige Besichtigungs- und Veranstaltungsangebote mit überregionaler Anziehungskraft (Museumsdorf Schwichtenberg, Schloss Rattey)</li> <li>▪ Sehenswürdigkeiten größtenteils nicht öffentlich zugänglich: Dorfkirchen und Gutshäuser (Privatbesitz) oder nur nach Voranmeldung zu besichtigen (Forstamt Rothemühl)</li> <li>▪ Dörfer wirken nach außen eher verschlossen und laden aufgrund fehlender Angebote (ansprechende Gastronomie, Hofläden, Rast- und Ruheplätze, Kommunikationsorte, etc.) oft</li> </ul>

Kulturraum	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Brohmer Stausee als nördlichster deutscher Stausee (Alleinstellungsmerkmal)</li> <li>▪ kulturhistorisch besondere(s) Siedlungsabfolge bzw. -wesen: Frühgeschichte bis heute               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ alte, siedlungsgeschichtlich wertvolle Salz- und Heringsstraße</li> <li>→ zahlreiche Bau- und Bodendenkmäler</li> </ul> </li> <li>▪ Natur- und Kulturraum auf engstem Raum - Intakte Natur auf der einen Seite, auf der anderen Seite Agrarlandschaft → extreme Kontraste vorhanden</li> </ul>	<p>nicht zum Verweilen ein</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ ausbaufähige Dorfidylle (Fehlen des „Liebevollen“ in der Gestaltung und Außendarstellung)</li> <li>▪ fehlende bzw. geringe Erlebbarkeit des Brohmer Stausees (Staumauer nicht erlebbar / begehbar)               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Umfeld kaum erschlossen im Norden querender Fernwanderweg E9a mit einziger Infotafel, dort keine Ausschilderung der Ortslage</li> <li>→ Rundweg für Radfahrer fehlt bzw. nicht ausgeschildert, zudem Unterbrechung durch Furt und somit nicht ganzjährig passierbar, daneben angelegte Fußgängerbrücke mit Rad schlecht erreichbar (unwegsame Zuwegung)</li> </ul> </li> <li>▪ unterentwickelte Region und damit eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten, drohender Verlust der Einzigartigkeit der Dörfer und regionalen Identität durch demografischen Wandel und Abwanderung junger Menschen</li> <li>▪ keine Ausbaufähigkeit der Fischerei bzw. Vermarktung als touristisches Potenzial aufgrund gesetzlicher Restriktionen</li> <li>▪ Siedlungsbild teilweise geprägt durch Plattenbauten und verkommene Landwirtschaftsnutzungsgebäude; ungenutzte Ruinen verschandeln Ortsbild (Privatbesitz)</li> </ul>

Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einbindung der kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten in durchgängige Routen, Themen, Produktgestaltung, touristische Pauschalen und Verbesserung der Vernetzung von Anbietern und deren Angeboten</li> <li>▪ Erschließung der kulturhistorischen Potenziale im Bereich Dorfleben und -kultur, Zugänglichmachen der Gutshäuser</li> <li>▪ Ausschilderung bzw. Sichtbarmachen aller vorhandenen kulturhistorischen Elemente</li> <li>▪ Erhalt und Wiederinwertsetzung von historischer Bausubstanz</li> <li>▪ Dorferneuerung: Schaffung von Parkplätzen, Gestaltung von Plätzen für Rast- und Verweilmöglichkeiten</li> </ul>

### 1.3 Touristische Angebote

Wie weiter oben bereits erwähnt, bietet die Region Galenbecker See eine Kombination aus attraktivem Naturraumpotenzial mit einer Arten- und Biotopvielfalt sowie störungsarmen Landschaftsräumen und kulturhistorisch interessanten Objekten (Gebäude, Dorfanlagen, Netz der Guts- und Herrenhäuser).

Die Region Galenbecker See hat mit ihrer räumlichen Lage im Städtedreieck Friedland / Woldegk/ Strasburg/ Torgelow und ihrer Anbindung an unterschiedliche Wegesysteme/Routen zum einen den Vorteil, Tagestouristen/Einwohner aus dem Nahbereich als auch Urlauber der Region ansprechen zu können. Zum anderen bietet ihr Profil aufgrund der naturräumlichen Ausstattung für landschaftsgebundene Tourismusformen, zu denen Angebote der aktiven Erholung und Erkundung in der freien Natur ebenso wie thematische Veranstaltungen gehören, ideale Bedingungen. Zum anderen bieten die kulturhistorischen Potenziale im Bereich Dorfleben und Gutshäuser/ Schlösser gute Bedingungen für die Entwicklung touristischer Angebote. Die Region verfügt über die typischen Sehenswürdigkeiten ländlicher Regionen, die jedoch eher ein geringes überregionales Attraktionspotenzial besitzen. Insbesondere die Themen

- Natur aktiv erleben – Wandern, Radfahren, Reiten, Baden, Angeln
- Natur erkunden – Führungen, Beobachtungen, Lehrpfade (z. B. mit Kutsche & Kremser, Rad, zu Fuß, ornithologische & naturkundliche Führungen, Wald- und Pilzsafaris, Moorlehrpfad)
- Sportveranstaltungen – Themenläufe und -rennen, Fahrten mit dem Heißluftballon, also Aktivitäten auf der Erde und in der Luft
- Thematische Veranstaltungen aufgrund der natur- und kulturlandschaftlichen Besonderheiten – einzige Tanzlinde in Norddeutschland, nördlichster Stausee

sind aufgrund der natur- und landschaftsräumlichen Voraussetzungen für die naturtouristische Vermarktung der Region von Bedeutung. Sie werden wie folgt bislang vermarktet:

**Natur erleben – Baden, Angeln, Reitsport, Naturlehrpfade, Umweltbildung**

Es gibt im **eU-Raum** einzelne Seen mit touristischem Potenzial, da diese als Bade-, Boots- und Angelgewässer genutzt werden können. Der Lübkowsee am nördlichen Rand des eU-Raums, der Brohmer Stausee sowie der Schönhauser See am südlichen Rand des eU-Raums bieten diese Möglichkeiten.

Tabelle 7: Seen im Untersuchungsraum (HOYER, E. 2012 und eigene Recherchen)

See (mit Größe <sup>16</sup> )	Touristisches Angebot			
	Badesee	Angeln <sup>16</sup>	Befahrung	Sonstiges
Lübkowsee (38,7 ha)	X (gute Wasserqualität <sup>17</sup> )	X <sup>18</sup>	Ruderboot/ Tretbootverleih	Klassisches Erholungs- gebiet mit Bungalowver- mietung Naturlehrpfad vorhanden

<sup>16</sup> Angaben zu Größen und Fischarten nach [www.lav-mv.de](http://www.lav-mv.de) (Stand 09/2012), Lübkowsee nach: [http://angelredaktion.de/seen\\_und\\_kleingewaesser/L%C3%BCBkowsee.html](http://angelredaktion.de/seen_und_kleingewaesser/L%C3%BCBkowsee.html) (Stand 09/2012), Erdkuhle Jatznick: [http://www.jatznick.de/freizeit\\_01\\_03.html](http://www.jatznick.de/freizeit_01_03.html) (Stand 12/2012)

<sup>17</sup> Ausweisung als Badegewässer und Bewertung in Online-Badewasserkarte des Landes ([http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal\\_prod/Regierungsportal/de/sm/Themen/Gesundheit\\_und\\_Arbeitsschutz/Der\\_oeffentliche\\_Gesundheitsdienst/Badewasserqualitaet/Badewasserkarte/index.jsp](http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/sm/Themen/Gesundheit_und_Arbeitsschutz/Der_oeffentliche_Gesundheitsdienst/Badewasserqualitaet/Badewasserkarte/index.jsp))

<sup>18</sup> Angeln möglich (Angelkarte)

See (mit Größe <sup>16</sup> )	Touristisches Angebot			
	Badesee	Angeln <sup>16</sup>	Befahrung	Sonstiges
Brohmer Stausee (33 ha – bei Vollstau)	X	X <sup>19</sup> Arten: Aal, Barsch, Hecht, Karpfen, Zander, Weißfische	X (Boot notwen- dig)	Nördlichste Stausee Deutschlands
Schönhauser See (25 ha)	X	X <sup>18</sup> Arten: Plötze, Rotfeder, Blei/ Brassen, Aal, Hecht, Zander, Barsch, Schleie	keine Angaben	-
Demenzsee (18,6 ha)	X (gute Was- serqualität <sup>17</sup> )	X <sup>18</sup> Arten: Plötze, Rotfeder, Blei/ Brassen, Aal, Karpfen, Hecht, Barsch, Schleie	keine Angaben	-
Schmiedegrundsee (17 ha)	X (gute Was- serqualität <sup>17</sup> )	X <sup>18</sup> Arten: Plötze, Rotfeder, Blei/ Brassen, Aal, Hecht, Zander, Karpfen, Schleie	Ruderboot-/ Tretbootverleih	-
Galenbecker See	-	Angeln nicht erlaubt	-	Schutzgebiet mit kurzem Lehrpfad Vogelbeobachtung
Putzarer See	-	Angeln nicht erlaubt	-	Schutzgebiet Vogelbeobachtung
Erdkuhle Jatznick (3,45 ha)	X (gute Was- serqualität <sup>17</sup> )	X <sup>18</sup> Arten: Plötze, Brasse, Güster, Karausche, Schlei, Karpfen, Aal, Hecht	keine Angaben	-

Ein Großteil der Seen wird derzeit durch den in Heinrichswalde am Galenbecker See ansässigen Fischer Neumann bewirtschaftet, der auch die jeweilige Angelerlaubnis vergibt (Ausgabestelle für Angelkarten und Fischereiabgabemarken). Da die Betreiberlizenzen wechseln können, ist stets eine Information über die offizielle Homepage zu den Angelgewässern in M-V notwendig ([www.lav-mv.de](http://www.lav-mv.de)).

Angel- und Bademöglichkeiten als touristische Freizeitangebote sind dementsprechend vorhanden; im Gegensatz dazu spielt das Thema Reiten in der Region bisher eine geringe Rolle. Ein Anbieter für Kutsch- und Kremserfahrten befindet sich in der Nähe von Woldegk<sup>20</sup>, eine Wanderreitstation ebenfalls im weiteren U-Raum in Müggenburg<sup>21</sup> sowie eine Pferdevermietung in Groß Miltzow bei Strasburg<sup>22</sup>. Im engeren U-Raum gibt es

<sup>19</sup> [http://angelredaktion.de/seen\\_und\\_kleingewaesser/Brohmer\\_Stausee.html](http://angelredaktion.de/seen_und_kleingewaesser/Brohmer_Stausee.html) (Stand 10.09.2012)

<sup>20</sup> Friedrich-Ernst Wilfarth: Postkutsche 24; Pfarrhof 1, 17348 Woldegk; <http://www.postkutsche24.de/>

<sup>21</sup> Wanderreitstation Fliederhof, Franziska und Frank Raschke, Dorfstrasse 21, 17379 Müggenburg; <http://www.fliederhof-mv.de/>

<sup>22</sup> Pferdevermietung Susanne Kummer, Klein Daberkow 6-7, 17349 Groß Miltzow

einen Reit- und Zuchtbetrieb in Gehren-Wietsch<sup>23</sup>, einen Reitverein in Ferdinandshof<sup>24</sup> sowie seit kurzem eine Pferdezucht- und Reitstation im Galenbecker Ortsteil Wittenborn<sup>25</sup>. In Ferdinandshof, Ortsteil Louisenhof, findet sich darüber hinaus ein „Zentrum für Mensch und Pferd“<sup>26</sup>, welches eine integrative und weitgehend barrierefreie Freizeitgestaltung anbietet (u. a. Therapie für Mensch und Pferd, Behindertenreiten). Im Schloss und Gutspark Zinzow bei Boldekow / Kavelpass (wU-Raum) sind ebenfalls Pferde und Kutschen untergebracht, Angebote für Wanderreiter sind vorhanden<sup>27</sup>. Angrenzend an den wU-Raum befinden sich im 5 km-Puffer weitere Reitstationen bzw. Reiterhöfe in Jatznick und Aschersleben bei Ferdinandshof<sup>28</sup>.

### **Kulturlandschaft erleben**

Zum Kulturraum gehören neben den touristisch interessanten Einzelementen (z. B. Tanzlinde Galenbeck) bzw. Sehenswürdigkeiten auch traditionell etablierte Wirtschaftsformen wie Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei.

Die Bewirtschaftung der regionalen Seen erfolgt derzeit durch einen in Heinrichswalde ansässigen Fischer, der insgesamt ca. 750 ha Wasserfläche befischt. Unter Einhaltung der fischereiwirtschaftlichen und naturschutzfachlichen Auflagen bewirtschaftet dieser auch den Galenbecker See, der aufgrund seines Schutzstatus nicht durch die Öffentlichkeit genutzt werden darf. Über den Verkauf seiner Produkte direkt am Galenbecker See wird diese kulturhistorische Wirtschaftsform erlebbar.

Auch der Forstwirtschaft als touristischem Potenzial kommt im **wU-Raum** Bedeutung zu. Zu nennen ist hier das Forstamt Rothemühl<sup>29</sup>, wo Umweltbildung gepaart mit touristischen und kulturhistorischen Informationen und regionalen Produkten anzutreffen ist<sup>30</sup>. Auch die Forstsamendarre, die sich als „Stätte der Kommunikation, Lehre und Begegnung“ mit forstlicher Produktion, Holz- und Landwirtschaft sowie Umweltschutz vermarktet, ist als forsthistorisches Denkmal touristisch von Bedeutung und stellt aktuell eine touristische Attraktivität mit überregionaler Strahlkraft dar<sup>31</sup>.

<sup>23</sup> Reit- und Zuchtbetrieb Kastanienhof Gehren-Wietsch (Jürgen Dierlich, Gehren-Wietsch 56, 17335 Strasburg); s. a. <http://www.pferd-aktuell.de/fn-service/pferdebranchenbuch/detailseite/15786/Reit--und-Zuchtbetrieb-Kastanienhof-Gehren-Wietsch> oder [http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine\\_betriebe.htm](http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine_betriebe.htm)

<sup>24</sup> Reitverein „Am Wald“ e. V., s. a. [http://www.pferdesportverband-mv.de/aktuelles\\_2012-03.htm](http://www.pferdesportverband-mv.de/aktuelles_2012-03.htm)

<sup>25</sup> White Well Curly Horses - Pferdezucht Wittenborn; Karin Sterly

<sup>26</sup> <http://www.ulic.de>

<sup>27</sup> <http://www.ostseeschloss.de/zinzow/>; Angebot Wanderreitstation – Unterbringung der Pferde in geräumigen Boxen oder auf einer der Koppeln, inklusive Futter

<sup>28</sup> [http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine\\_betriebe.htm](http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine_betriebe.htm); Karte 07 in KEIL (2011)

<sup>29</sup> Verwaltungsgemeinschaft der Forstämter Rothemühl und Torgelow

<sup>30</sup> Märchenwaldhaus Rothemühl, Lehrpfad "August Bartel" und Labyrinth; s. a. [http://www.wald-mv.de/1604-forstamt\\_rothemuehl-1595-3-1-8-9-11-146-269.html](http://www.wald-mv.de/1604-forstamt_rothemuehl-1595-3-1-8-9-11-146-269.html) oder [http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html\\_anbieter/192.htm](http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html_anbieter/192.htm)

<sup>31</sup> [www.forstsamendarre-jatznick.de](http://www.forstsamendarre-jatznick.de) bzw. <http://www.wald-mv.de/style-a1/1655-deutsch-1572-83-1-67-68-83-406.html>

### **Kultur erleben – Kunst und Kultur- & Landschaftsgeschichte**

In der Region leben einige Künstler, die in verschiedenen künstlerisch-handwerklichen Richtungen aktiv sind. Deren Angebote sind bisher lediglich am „Kunst offen“-Tag zugänglich. Hier liegt ein großes Potenzial, zusammen mit den regionalen Museen künstlerische Projekte für Besucher der Region anzubieten. Die Kultur- und Naturgeschichte mit den zwei regional dominierenden Themen Slawen – zur Eiszeit, bietet thematisch zahlreiche Anknüpfungspunkte und wird neben natürlich vorhandenen Kultur- und Landschaftselementen in den existierenden Museen der Region bereits thematisiert. Tabelle 8 zeigt die Angebote im Bereich Kunst und Kultur.

*Tabelle 8: Angebote im Bereich Kunst und Kultur- & Landschaftsgeschichte (eigene Recherche)*

<b>Ort</b>	<b>Künstlerische / kulturhistorische Attraktion</b>
Altwigshagen	Heimat- und Spinnstube
Ferdinandshof	Heimatstube
Friedland	Heimatmuseum
Golm	"Kunst offen" Ausstellung: Gefilztes und Malerei, Grafik, Plastik, Atelier und Werkstatt
Heinrichswalde	Vogelberingungsstation vom Verein Jordsand
	Holländerwindmühle
Jatznick	Forstsamendarre
Klepelshagen	Deutsche Wildtier Stiftung – Wildtierland Gut Klepelshagen
Klockow	"Kunst offen" Werkstatt, Ausstellung, Textil-Patchwork/ Quilts
Kreckow	"Kunst offen" Atelier, Werkstatt, Ausstellung, Plastik, Bildhauerei, Malerei, Zeichnungen, Großskulpturen im Park
	"Kunst offen" Ausstellung: S-W-Fotografie/ Landart
Pasenow	"Kunst offen" Atelier, Ausstellung, Malerei
Rothemühl	Forst mit Märchenwald (Märchenwaldhaus, Irrgarten, Lügenbrücke, Quelle Rotenborn, Kräutergarten, Märchenwaldpfad)
	Heimatstube
Schwichtenberg	Kräutergarten
	Findlingsgarten & Schulwald
	Museumsdorf
	Mecklenburgisch-Pommersche Schmalspurbahn MPSB
Strasburg	Heimatmuseum Strasburg
Torgelow	Historische Werkstätten Ukranenland e. V. (Handwerk, Häuser und Werft in slawischer Tradition)
Woldegk	Windmühle Museum
	"Kunst offen" Werkstatt, Ausstellung: Laubsäge- und Drechselarbeiten
	"Kunst offen" Töpferei "Zur Mühle" (Werkstatt, Ausstellung: Handtöpferei, Geschirr

In der Ortschaft Galenbeck finden Naturfotografie-Workshops mit entsprechenden Angeboten statt, die jedoch nicht relevant und geeignet für eine potenzielle Produktentwicklung sind, da Naturfotografie vor allem als Einzelarbeit zu verstehen ist. Größere Gruppen würden das Erlebnis Naturfotografie zerstören (HOYER, E. 2012).

Neben zahlreichen kulturtouristischen Sehenswürdigkeiten wie den Backsteinkirchen und Gutshäusern einschließlich Parks, die jedoch vielerorts nicht als touristisches Angebot vermarktet werden, wurde in den letzten Jahren eine Vielzahl von Veranstaltungen und Initiativen in der Region etabliert, die eine positive Identifikation mit dem Kultur- und Landschaftsraum ermöglichen und als touristische Angebote auch überregionale Bedeutung haben (könnten).

Jährliche und überregional bedeutsame Veranstaltungen, die durch den Fremdenverkehrsverein Brohmer und Helpter Berge e. V. kommuniziert und vermarktet werden, sind in folgender Abbildung dargestellt:

*Tabelle 9: Touristisch bedeutsame Veranstaltungen im Untersuchungsraum 2011/12*

(Quelle: u. a. BROHMER BERGE E. V. 2012, WWW.BROHMERBERGE.COM, WWW.UKRANENLAND.DE und eigene Recherchen)

Veranstaltungs-termin 2012	Veranstaltung	Organisator/Akteure
Ostern (08./09. April)	Osterfest Ukranenland	Verein Ukranenland Historische Werkstätten
28. April	Radkurs, jährlich neue Radtour durch die Helpter und Brohmer Berge in Strasburg	Fremdenverkehrsverein Brohmer Berge e. V., AOK Pasewalk und Stadt Strasburg (Um.)
19./20. Mai	10. Mecklenburger Kaltblutreffen Strasburg/ Linchenshöh (Rennbahn)	Stadt Strasburg, Stadt Woldegk, TV Brohmer Berge, Pferdesportverband
27./28. Mai	lange Mühlennacht und 19. Deutscher Mührentag, Mühlenberg Woldegk	Stadt Woldegk
Pfingsten (27.05.)	Ritterfest Ukranenland Torgelow	Verein Ukranenland Historische Werkstätten
Juni / 11. August	Staufest am nördlichsten deutschen Stausee (Cosa / Brohm)	Fremdenverkehrsverein Brohmer Berge e. V., Gaststätte Brohmer Berge
im Juni	Dörfer-Tour: Schönhausen, Lübbersdorf, Kotelow (ab Strasburg)	Uckermärkischer Heimatkreis Strasburg e. V.
07. Juli	Angerfest in Kotelow	Gemeinde Galenbeck, Heimatverein Kotelow
28. Juli	Pferdemarkt in Sandhagen,	Dorfgemeinschaft Sandhagen
August	Tanzlindenfest in Galenbeck	Gemeinde Galenbeck
11. August	Maulbeerfest Jatznick	Freundeskreis Maulbeerallee als Mitglied im FV für Naturschutzarbeit Uecker-Randow e. V.
04./05. August	Burgfest Castrum Turglowe	Verein Ukranenland Historische Werkstätten
11./12. August	Museumsfest Ukranenland Torgelow	

Veranstaltungs-termin 2012	Veranstaltung	Organisator/Akteure
29. August bis 02. September	Festwoche anlässlich der 20-jährigen Partnerschaft zwischen Straßburg (Österreich) und Strasburg (Uckermark)	Stadt Strasburg
01. September bis 07. Oktober	Hirschtage im Wildtierland Gut Klepelshagen	Wildtierland Gut Klepelshagen der Deutschen Wildtier Stiftung
15. September	14. Kartoffelfest / 13. Wiesentour Schwichtenberg	Gemeinde Galenbeck, Heimatverein
07. Oktober	10. Drachenfes, Freifläche 3. Siedlungsweg Strasburg	Stadt Strasburg und Drachenfreunde Strasburg
13. Oktober	Drachenfes Mühlenberg Woldegk	Mühlen- und Heimatverein Woldegk
11. November	Martinsumzug und Eröffnung der Karnevalszeit in Strasburg	Kirchengemeinde und Karnevalsverein
Dezember	Weihnachtsmarkt Strasburg	Stadt Strasburg
Dezember	Weihnachtsmarkt Friedland	Stadt Friedland
Dezember	Weihnachtsmarkt Woldegk	Stadt Woldegk
15./16. Dezember	Glühweinfahrten, Schwichtenberg/ Bahnhof	MPSB-Freunde e. V., Olaf Kleinau

Zusammengefasst gibt es Attraktionspotenziale, die verschiedene Zielgruppen ansprechen. Neben kultur- und landschaftshistorischen Sehenswürdigkeiten und Attraktionspunkten (z. B. Schwichtenberg, Friedland, Woldegk) sowie Umweltbildung/ -erlebnis (z. B. Klepelshagen (nur noch bis 2012), Rothemühl) werden regionaltypische traditionelle Veranstaltungen angeboten, wie das Kartoffelfest und das (wieder auflebende) Wiesenfest in Schwichtenberg oder das Tanzlindenfest in Galenbeck sowie das Mühlenfest in Woldegk<sup>32</sup>. Laut lokaler Presse (Nordkurier) lockt z. B. das Kartoffelfest tausende Besucher aus Mecklenburg-Strelitz, Neubrandenburg und den umliegenden Kreisen<sup>33</sup>; 2012 wurden weit über 3.000 Besucher geschätzt<sup>34</sup>. Ebenso hat sich das Mühlenfest in Woldegk von einem Schautag zu einem bedeutenden Volksfest entwickelt<sup>35</sup>

Eine Erhöhung der Anziehungskraft der Region ist nur möglich, wenn Angebote geschaffen werden, die überregionales Interesse hervorrufen. Darüber hinaus sind diese Angebote mit den vorhandenen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen zu vernetzen, um die Verweildauer der Gäste in der Region zu steigern. Die Vernetzung kann sowohl durch das touristische Wegesystem als auch über thematische Routen (geeignete Themen z. B. Moor, Vögel, Wasser) erfolgen. Hier lässt sich u. a. auch thematisch die „Salz- und Heringsstraße“ einbinden, die durch die Region führt (Ansprechpartner in der Region: Heimatverein Dörpkap Mumpelsiet e. V.).

<sup>32</sup> [http://www.brohmerberge.com/veranstaltungen/jaehrliche\\_veranstaltungen](http://www.brohmerberge.com/veranstaltungen/jaehrliche_veranstaltungen)

<sup>33</sup> Resonanz dazu unter: [http://www.nordkurier.de/bildergalerie/archiv\\_2008/kartoffelfest\\_schwichtenberg\\_2008/galerie.php](http://www.nordkurier.de/bildergalerie/archiv_2008/kartoffelfest_schwichtenberg_2008/galerie.php); Abruf 10.09.2012

<sup>34</sup> <http://www.nordkurier.de/cmlink/nordkurier/lokales/neubrandenburg/andrang-bei-knollen-bier-und-naturlich-auch-puffern-1.487490>; Abruf 19.09.2012

<sup>35</sup> <http://www.nordkurier.de/cmlink/nordkurier/lokales/neustrelitz/einst-schautag-heute-bedeutendes-volksfest-1.431543>; Abruf 10.09.2012

Eine flächendeckende Erschließung der Sehenswürdigkeiten, ihre Einbindung in die Leitsysteme und ihre ansprechende Darstellung in einheitlichen Informations- und Marketingmaterialien sind daher grundlegende Erfolgsfaktoren für die Etablierung von touristischen Anziehungspunkten.

Potenzial liegt auch in der Etablierung von Sportveranstaltungen in der Natur, insbesondere auch unter Einbeziehung der lokalen Pferde- und Reitstationen<sup>36</sup> sowie thematischer Attraktionen wie „faunistische & floristische Magnete“ (Thema Kraniche, Gänse, Seeadler, Vogelzug im Herbst etc.).

### Fazit

Touristische Angebote: Natur und Kultur erleben	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ einige touristische Angebote mit regionalem/kulturhistorischem Bezug, insbesondere für die Zielgruppen Familien und Naturinteressierte z. B. Findlingsgarten, Fahrt mit der Mecklenburgisch-Pommerschen Eisenbahn &amp; Freiluftausstellung, Kartoffelfest Schwichtenberg, Tanzlindenfest Galenbeck, Kaltblutreffen Strasburg/ Linchenshöh (Rennbahn), Windmühlenfest Woldegk</li> <li>▪ Wasser bietet vielfältige Potenziale für eine touristische Inwertsetzung und Etablierung entsprechender Angebote</li> <li>▪ Reit - und Pferdestationen</li> <li>▪ zahlreiche natürliche Attraktionen aufgrund der natur- und landschaftsräumlichen Ausstattung – und dies zu jeder Jahreszeit</li> <li>▪ einzigartige Strukturvielfalt auf engem Raum (Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Siedlung, Naturschutz, Gewässer, Relief etc.)</li> <li>▪ drei Badeseen im eU-Raum, weitere im wU-Raum; sehr gute Bademöglichkeiten in den Seen Schmiedegrundsee, Demenzsee, Lübkowsee, Schönhauser See</li> <li>▪ Angelmöglichkeiten im Lübkowsee, Demenzsee, Schmiedegrundsee und Brohmer Stausee mit Erlaubniskarte des Fischers</li> <li>▪ Tretboot- und Ruderbootverleih am Lübkowsee und Schmiedegrundsee</li> <li>▪ Seen/Gewässer als Vogelbrut- und Rastplätze aus Ornithologensicht sehr wertvoll (touristisch nutzbar), insbesondere der Galenbecker und Putzarer See bilden in dieser Hinsicht eine Einheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ fehlende (Kombi-) Angebote verschiedener Aktivitäten und vor allem keine angebotenen „Erlebnispakete“</li> <li>▪ besonderer Erlebnischarakter der Angebote nicht herausgestellt – keine jahreszeitlich abhängigen Angebote in Bezug auf die Naturaspekte in den 4 Jahreszeiten</li> <li>▪ Bereich Umweltbildung: keine offiziellen geführten Touren in der Region</li> <li>▪ geschlossene Dorfkirchen</li> <li>▪ fehlende Schlechtwetteralternativen</li> <li>▪ keine Angebote / Ausflugsziele im näheren Umkreis des Galenbecker / Putzarer Sees für Familienmitglieder der Natur-/ Vogelbeobachter</li> <li>▪ attraktive Alternativangebote / Ziele an Haff / Peene / Küste liegen nicht im Einzugsgebiet als Tagesausflugsziel und daher nicht geeignet</li> </ul>

<sup>36</sup> An 10 Orten im Untersuchungsraum, in Wittenborn, Boldekow (Schloss Zinzow), Gehren-Wietsch, Staven, Groß Miltzow, Müggenburg, Jatznick, Louisenhof, Aschersleben und Woldegk, gibt es Pferdesportakteure, die für eine potenzielle touristische Angebotsgestaltung bzw. Vernetzung in Frage kommen.

## Herausforderungen

- attraktive Ausflugsziele und Anlaufpunkte in der Region
- thematisch anspruchsvolle bzw. auf die Zielgruppe Naturtouristen zugeschnittene jahreszeitliche Angebote
- Verbesserung der Vernetzung von Anbietern und deren Angeboten – Einbindung der kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten in durchgängige Routen, Themen, Produktgestaltung, touristische Pauschalen
- zertifizierte Natur- und Landschaftsführer für den Bereich Umweltbildung / Touren, die in einem gemeinsamen Pool zusammengefasst sind und auf die dann bei Bedarf zugekommen wird

## 1.4 Touristische Infrastruktur

Die Analyse des Ist-Zustandes der touristischen Potenziale im Bereich der touristischen Infrastruktur konzentriert sich auf die Bereiche touristisch nutzbarer **Wege, Beherbergung und Gastronomie, touristische Angebote** sowie die **Kommunikation bzw. die Vermarktung der Region** als touristische Destination überhaupt und vorhandener touristischer Angebote.<sup>37</sup>

### 1.4.1 Einzugsgebiete und Erreichbarkeit

Für den potenziellen Gast, der die Natur- und Kulturlandschaft erkunden möchte, stellt sich natürlich die Frage der Erreichbarkeit der Region. Bei der Analyse dieser sowie der Mobilität vor Ort wurden neben dem engeren Untersuchungsraum auch die potenziell wichtigen Einzugsgebiete für Tagesausflügler in Betracht gezogen. Grundsätzlich ist die Region Galenbecker See überregional sehr gut mit dem PKW über die Ostseeautobahn A 20 und von Süden über die A 11 sowie über das (über)regionale Straßennetz erreichbar (Abbildung 14). Somit ist die Anbindung auch an die Ballungsräume Berlin, Rostock und Hamburg sowie auch Szczecin (Stettin) gegeben.

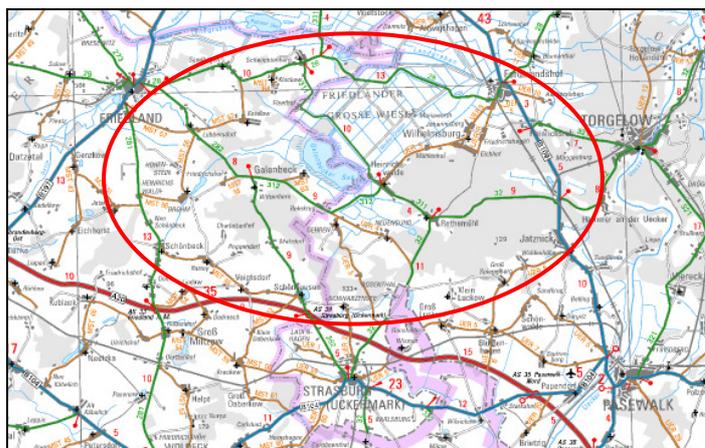


Abbildung 14: Einbindung ins öffentliche Verkehrsnetz (LAIV M-V 2006)

Erläuterung: rot: Autobahn, blau: Bundesstraße, grün: Landesstraße, orange: Kreisstraße

<sup>37</sup> Verwiesen sei hier noch mal auf die Ausweisung der Region als Tourismusentwicklungsraum (Abb. 2 in Kap. 0.3).

Die Erreichbarkeit der Region ist über folgende Autobahnen, Landstraßen, Kreisstraßen und Bahnanbindungen gegeben:

*Tabelle 10: Raumordnerische Aussagen zum Straßen-/ Schienennetz (RPV MS 2011, RPV VP 2010)*

Raumordnerische Kategorie	Bezeichnung	Verlauf im Plangebiet	Lage
Großräumiges Straßennetz	A 20	Neubrandenburg – Strasburg (Uckermark) – Pasewalk	wU-Raum
Überregionales Straßennetz	L 28	Friedland – Schwichtenberg – Ferdinandshof	eU-Raum
	L 282	ASt Strasburg (A 20) – Strasburg	wU-Raum
	B 109	Ferdinandshof – Jatznick – Pasewalk	wU-Raum
Regionales Straßennetz	L 281	Friedland – ASt Friedland (A 20)	eU-Raum
	L 282	Friedland – ASt Strasburg (A 20)	eU-Raum
	L 32	Strasburg – Rothemühl – Torgelow	wU-Raum
Bedeutsames flächenerschließendes Straßennetz	L 311	Schwichtenberg – Rothemühl	eU-Raum
	L 312	Wittenborn – Rohrkrug – Heinrichswalde	
	K 55	Schönbeck – Schönhausen	
	K 56	Heinrichswalde – Brohm – Lübbersdorf	
	K 57	Lübbersdorf – Kotelow – Sandhagen	
	K 9	Heinrichswalde – Ferdinandshof	
Großräumiges Schienennetz <sup>38</sup>	RE 6	(Lübeck – Bad Kleinen – Bützow – Güstrow –) Neubrandenburg – Strasburg – Pasewalk (- Szczecin) mit Haltepunkten des Regionalverkehrs in Neubrandenburg, Sponholz, Neetzka, Oertzenhof (Anbindung Berlin über Neubrandenburg und Pasewalk) (Anbindung Rostock über Güstrow)	wU-Raum
	OLA	(Bützow – Güstrow –) Neubrandenburg – Strasburg – Pasewalk (– Ueckermünder Stadthafen) mit Haltepunkten des Regionalverkehrs in Neubrandenburg, Sponholz, Neetzka, Oertzenhof (Anbindung Stralsund/Berlin über Neubrandenburg und Pasewalk) (Anbindung Rostock über Güstrow)	wU-Raum
	RE 3	(Stralsund – Greifswald–) Pasewalk (– Berlin) mit Haltepunkten des Regionalverkehrs in Ferdinandshof, Jatznick	wU-Raum

Mit der Bahn ist eine mittelmäßige Erreichbarkeit der Region im weiteren Untersuchungsraum gewährleistet. Über die Strecke Stralsund – Berlin bestehen Anschlüsse mit der Regionalbahn im 2 h-Takt mit Halten in Ferdinandshof und Jatznick. Des Weiteren wird die Region in west-östlicher Richtung aus den Richtungen Neubrandenburg bzw. Ueckermünde von der OLA (Halte in Neetzka, Oertzenhof, Strasburg, Jatznick und Ferdinandshof) sowie aus Lübeck / Szczecin (Halte in Neetzka, Oertzenhof, Strasburg) eben-

<sup>38</sup> Bezeichnungen und Verlauf nach DEUTSCHE BAHN (2012)

falls im 2 h-Takt gequert. Die Bahnhöfe Neubrandenburg und Pasewalk sind für die Zielgruppe Bahnreisender überregional wichtige Knotenpunkte.

Vor Ort hingegen ist die Mobilität sehr eingeschränkt. Ein Bus der Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Strelitz (VMS) fährt westlich des Galenbecker Sees nur an Schultagen und für Spontanbesucher zu ungeeigneten Zeiten auf der Strecke Friedland – Galenbeck (VMS 2012). Im östlichen Teil des U-Raums ist die Verkehrsgesellschaft Uecker-Randow mbH für die Befahrung der Ortschaften zuständig s. a. nachstehende Abbildung). Die Situation ist hier ähnlich (VGU 2012).

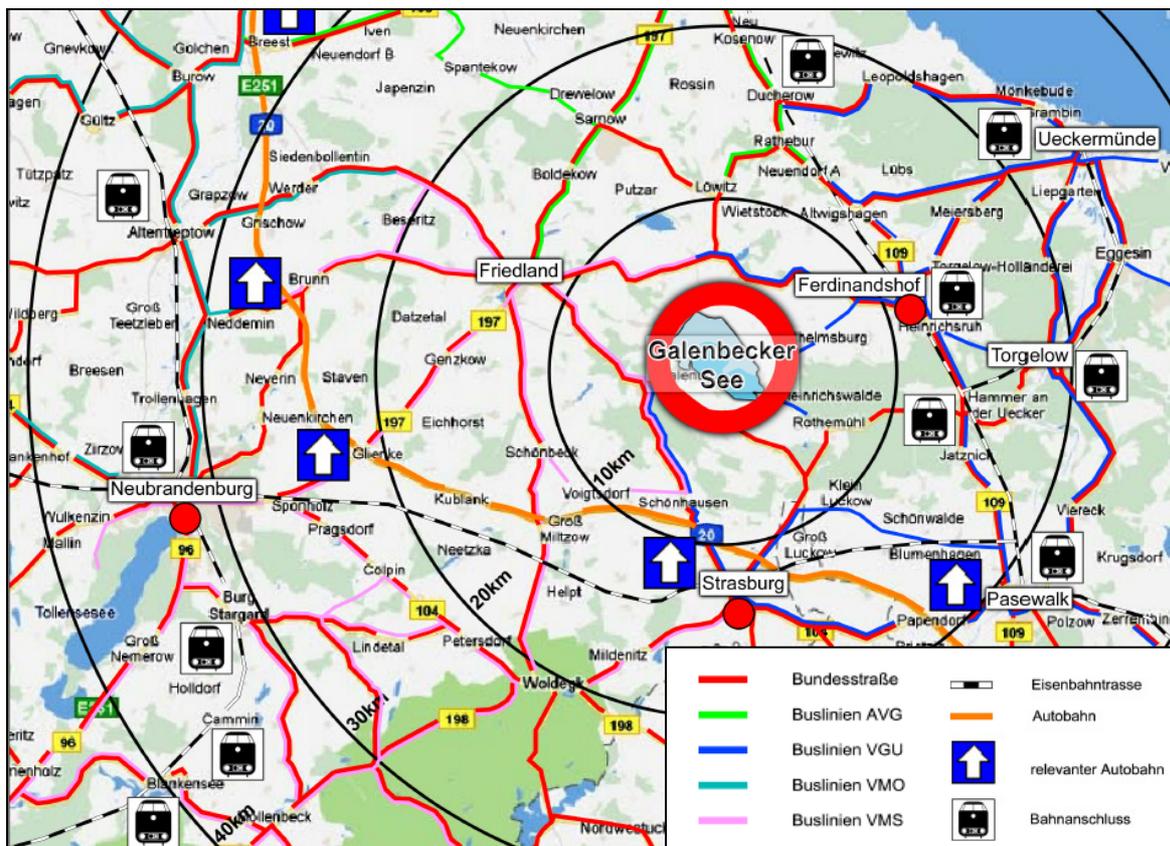
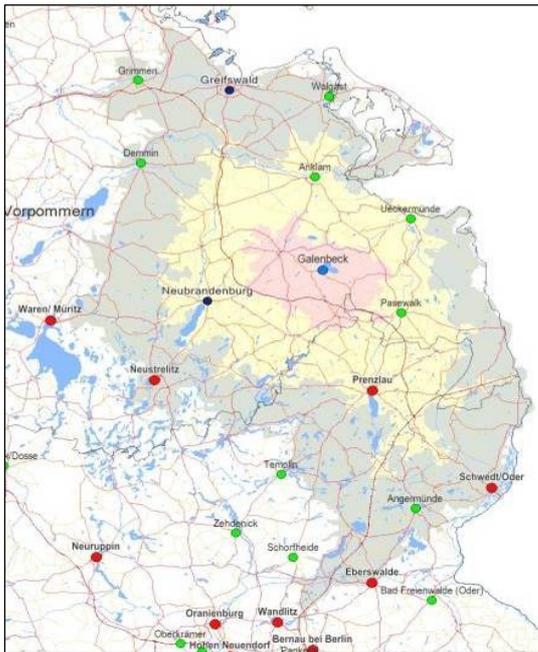


Abbildung 15: Einbindung ins öffentliche Verkehrsnetz und den ÖPNV (KEIL 2011)



Nebenstehende Abbildung 16 zeigt die Einzugsgebiete für potenzielle Tagesausflügler der Region Galenbeck im Umkreis von 30, 60 und 90 min PKW-Fahrtzeit. Im Radius von 30 min liegen keine größeren Orte. Im 60 min-Einzugsbereich befinden sich die Städte Neubrandenburg, Prenzlau, Pasewalk, Ueckermünde sowie Anklam. Der 90 min-Einzugsbereich reicht bis Eberswalde im Süden sowie Neustrelitz im Westen und Greifswald im Norden.

Abbildung 16: Einzugsgebiete für die Region Galenbecker See im Umkreis von 30, 60 und 90 min Fahrtzeit (GFK GEOMARKETING 2011)

In einem Umkreis von 30 min würden daher nur lokal ansässige Bewohner erreicht werden. Je weiter die Entfernung, desto höher ist auch die Distanzempfindlichkeit gegenüber dem potenziellen Ausflugsziel. Laut Studien liegt die Fahrbereitschaft für Tagesausflüge bei ca. 60 min für eine einfache Strecke. Nimmt man diese Angabe als Grundlage, ist die Region als Tagesausflugsziel unter dem Motto Naturtourismus für Berliner und Ostseurlauber eher ungeeignet, da die Ballungsgebiete Berlin, Hamburg, Rostock oder Szczecin, die Feriententren der Ostseeinseln Usedom, Rügen sowie die Feriententren der Mecklenburgischen Seenplatte nicht in diesen Einzugsbereichen liegen.

Außerdem ergibt sich die Frage, wie viel Prozent der Einwohner und Urlauber aus der 30 min- und 60 min-Zone die Region Galenbecker See besuchen würden. Das ist abhängig von der Größe, Aufenthaltsdauer, Anziehungskraft der Destination sowie von Konkurrenzangeboten im Umfeld des Galenbecker Gebietes<sup>39</sup>.

Die Anziehungskraft ließe sich hingegen enorm steigern, wenn es Tourismusangebote mit Alleinstellungsmerkmal bzw. überregionalem Attraktionspotenzial gäbe. Damit ließen sich dann auch Gäste aus den Ballungszentren inklusive dem relativ nahen und gut mit der Bahn angebandenen Ballungszentrum Szczecin ansprechen.

<sup>39</sup> siehe auch Kapitel 1.7 zur touristischen Bedeutung der Region Galenbeck

## Fazit

Anbindung und Einzugsgebiet	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gute Erreichbarkeit per Auto (A 20 aus den Ballungsräumen Berlin und Hamburg)</li> <li>▪ Bahnreise mit Fahrrad möglich – Bahnstationen liegen in guter Rad-Entfernung zum eU-Raum</li> <li>▪ Parkplätze an bisherigen touristischen Kernpunkten (Galenbeck, Schwichtenberg, Rattey, Klepelshagen, Rothemühl, Torgelow, Jatznick) vorhanden bzw. genügend potenzielle Parkmöglichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ eingeschränkte Mobilität (ÖPNV) vor Ort (Busanbindung im Kernraum nur an Schultagen)</li> <li>▪ keine Fahrradmitnahmemöglichkeit im Bus</li> <li>▪ Bahnreise mit Umsteigen verbunden</li> <li>▪ Einzugsgebiete für Tagesausflüge umfassen keine größeren Städte bzw. Ballungsgebiete</li> <li>▪ kaum Parkplätze im eU-Raum – insbesondere an den Seen (Schönhausener See sowie Ostseite Galenbecker See) sowie in vielen kleinen Ortschaften und der Zuwegung zu einigen touristischen Attraktionen (z. B. Bergkaveln in den Brohmer Bergen)</li> </ul>

Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbesserung der Anbindung durch ÖPNV – Abfahrten von den umliegenden Bahnstationen, um potenzielle Bahnreisende in die Region zu bringen</li> <li>▪ Möglichkeiten des Fahrens und des Rad- &amp; Gepäcktransports für Radfahrer, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen</li> <li>▪ Ausstattung der im Einzugsgebiet liegenden Orte gezielt und systematisch mit Material, um Tagesausflügler auf die Region und deren Besonderheiten aufmerksam zu machen und zu einem Besuch in die Region zu motivieren</li> <li>▪ PKW- und Busparkplätze an touristisch interessanten Punkten</li> </ul>

### 1.4.2 Touristisches Wegesystem

Im Folgenden wird das Wegesystem, dessen Vernetzung und Qualität beschrieben. Zum touristischen Wegesystem gehören Rad-, Wander-, Reit- sowie Wasserwege, aber auch die entsprechende Infrastruktur mit Ausschilderung, Rast- und Ruheplätzen, Informationstafeln sowie Ausleih- und Servicestationen.

#### **Wander-, Rad- und Reitwege**

Das Rad- und Wanderwegenetz im Betrachtungsraum bietet eine Vielzahl von Wegen, diese Region zu erleben. Dabei sind gerade die Fernradwege von Bedeutung, da über diese die Verbindungen zu den angrenzenden Regionen hergestellt werden. Die drei bedeutungsvollsten Fernverbindungen zum **eU-Raum** werden im nachfolgenden beschrieben:

- **E9a Naturparkweg:** Mit 396 km bietet der Naturparkweg (als Teilstück des Europäischen Fernwanderweges E9a) pures Wandervergnügen. Wanderer durchqueren hierbei die Ortschaften. Die Route verläuft von Ratzeburg bis zur polnischen Grenze, hierbei auch durch die Ortschaften Friedland, Schwichtenberg, Galenbeck und Rohrkrug ([WWW.WANDERBARES-DEUTSCHLAND.DE](http://WWW.WANDERBARES-DEUTSCHLAND.DE)).

- **Mecklenburgischer Seenradweg:** Auf 640 km Radwanderung (von Lüneburg nach Wolgast) queren Touristen die Region Galenbecker See (Brohm, Galenbeck und Rohrkrug). Die Radtour wird durch die Elbauen im Südwesten und dem Stettiner Haff im Nordosten sowie unzähligen Seen, Flüssen, Bächen, aus Wäldern und blühenden Wiesen bestimmt. Großartige Schlössern, ansprechende Orte, vier Großschutzgebiete und die Usedomer Kaiserbädern begleiten die Tour ([WWW.AUF-NACH-MV.DE](http://WWW.AUF-NACH-MV.DE)).
- **Radrundweg Eiszeitroute:** Die Eiszeitroute Mecklenburgische Seenplatte mit einer Gesamtlänge von 666 km führt durch eine von der letzten Eiszeit geprägte, einmalige Landschaft. Informativ Schautafeln, interessante Findlingsgärten<sup>40</sup> (Anm.: Schwichtenberg im eU-Raum), Museen und Lehrpfade entlang der Radroute helfen die Entwicklung der einmaligen Eiszeitlandschaft zu verstehen ([WWW.EIZEITROUTE.COM](http://WWW.EIZEITROUTE.COM)).

Insgesamt konnten neben dem Naturparkweg als Teilstück eines Fernwanderweges vier Wanderwege sowie neben den zwei Radfernwanderwegen 14 Radwanderwege und 3 Radrundwege in verschiedenen Publikationen (Karten, Internet etc.) im gesamten U-Raum (einschl. 5 km-Pufferzone) identifiziert werden.

*Tabelle 11: Übersicht über touristisches Rad- und Wanderwegenetz (eigene Recherche, Streckenverlauf und Quellen siehe Anlage 7)<sup>41</sup>*

Kategorie	Name	
(Europäischer) Fernwanderweg:	E 9a Naturparkweg	
Wanderwege:	Galenbecker See Rundtour Rundwanderweg Torgelow	Haff-Heide Rundtour Haff-Tollense-Wanderweg
Radfernwanderwege	Radfernweg Berlin-Usedom	Mecklenburgischer Seenradweg
Radwanderwege:	Haff-Tollense-Radfernweg Stettiner Grenzweg / Alter Postweg Brohmer Berge & Randowtal Rundweg Radrundweg Eiszeitroute Um den Galenbecker See Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Kirchentour Mecklenburg-Strelitz Woldegker Mühlenrunde	In die Friedländer Große Wiese Um die Brohmer Berge Auf den Spuren der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn In die Dateniederung Von den Brohmer Bergen in die Stadt der Windmühlen Veste Spantekow
Radrundwege:	Jatznick – Waldeshöhe In die Brohmer Berge	Tal der Ukranen

<sup>40</sup> Liste aller Findlingsgärten und -lehrpfade unter: [www.lung.mv-regierung.de/dateien/sammlung\\_findlinge.pdf](http://www.lung.mv-regierung.de/dateien/sammlung_findlinge.pdf) (Stand 12/2008) bzw. <http://www.lung.mv-regierung.de/insite/cms/umwelt/geologie/produkte/sammlungen.htm>; für die Region dort benannte Findlingsgärten z. B.: Brodaer Teiche, Neubrandenburg (2000 eröffnet); Hinterste Mühle, Neubrandenburg (2001 eröffnet); Carwitz bei Feldberg (2002 eröffnet); Gehren bei Strasburg (1998 eröffnet)

<sup>41</sup> Eine einheitliche Grundlage lag nicht vor. Aktuell wird das Rad- und Wanderwegekonzept mit der dazu gehörenden Infrastruktur durch den neu formierten Landkreis (LK MS) aufgearbeitet (Aussage Herr Müller, Amt für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung LK MS, vom 31.07.2012).

Reitwege sind für den eU-Raum nicht publiziert. Einzig in der Tourismuskarte „Vredeländer Land erleben“ von 2001 sind Reitwege verzeichnet. Diese wird jedoch nicht mehr aufgelegt und vertrieben. Auch der zugehörige Verein „Vredeländer Land“ ist nicht mehr existent. Demnach wurden diese Angaben kartographisch nicht mit berücksichtigt, zumal diese in keiner anderen aktuellen Publikation oder unter [www.reiten-in-mv.de](http://www.reiten-in-mv.de) übernommen wurden. Aktuelle Ausweisungen beschränken sich im wU-Raum vorwiegend auf Bereiche im Naturpark „Am Stettiner Haff“.

Eine übersichtliche Darstellung des touristischen Wegenetzes kann der Karte „Erholung und Tourismus“ (Anlage 12) entnommen werden.

Zusätzlich zu den in diversen Karten ausgewiesenen Touren existieren individuelle Kurztouren, die durch einzelne Anbieter für ihre Gäste zusammengestellt werden. So hat z. B. das Jagdschloss Kotelow hausinterne Karten mit Rad- und Wandertouren erstellt, die sich bei den Radtouren über eine Länge von ca. 25 km und bei den Wandertouren zwischen 12 km und 18 km erstrecken. Dabei werden Sehenswürdigkeiten, touristische Einrichtungen, mögliche Rast- und Informationspunkte in die Streckenführung integriert und Hinweise auf das Streckenprofil sowie fehlende und falsche Ausschilderungen gegeben und des Weiteren z. T. Hintergrundinformationen aufbereitet. Im Detail sind dies folgende Touren mit Kotelow als Ausgangspunkt:

Tabelle 12: Angebotene Rad- und Wandertouren vom Jagdschloss Kotelow

Titel	Strecke	Profil	Besonderheiten
<b>Wandertouren</b>			
„Kotelow-Galenbeck-Kotelow“ (Rundtour von ca. 12 km)	Kotelow-Galenbeck-Kotelow	-	Jagdschloss Kotelow, Burgruine und Tanzlinde in Galenbeck, Infotafeln am Lehrpfad und Aussichtsplattform Galenbecker See, Gedenkstein „Toter Mann“
„Brohm-Cosa-Charlottenhof-Ratthey-Cosa-Brohm“ (Rundtour von ca. 18 km)	Brohm-Cosa-Charlottenhof-Ratthey-Cosa-Brohm	umfangreiche Hintergrundinformation zu Fauna und Flora	Dorfkirche Brohm, Brohmer Berge, Drachenberg als Bestandteil des Friedberger Os, Schloss Ratthey, Herrenhaus Cosa
<b>Radtouren</b>			
„Brohmer Stausee-Schloss Ratthey“ (Rundtour von ca. 28 km)	Kotelow-Brohm-Cosa-Ratthey-Schönbeck-Brohm-Lübbersdorf-Kotelow	überwiegend ruhige, asphaltierte Straßen und naturbelassene Feld- und Waldwege, keine nennenswerten Steigungen	Schloss/ Herrenhaus in Kotelow/ Cosa/ Ratthey, Eiszeitroute mit Geoinformationstafeln, Infotafeln, Eiszeitspuren in der Landschaft (Os Brohm-Schönbeck), Gastronomie/ Imbisse, Rastplatz
„Rund um den Galenbecker See“ (Rundtour von ca. 25 km)	Kotelow-Galenbeck-Rohrkrug-Heinrichswalde-Fleethof-Kotelow	überwiegend naturbelassene Feld-, Wald- und Gemeindegewege und ruhige, asphaltierte Straßen, keine nennenswerten Steigungen	Jagdschloss Kotelow, Burgruine und Tanzlinde in Galenbeck, Eiszeitroute mit Geoinformationstafeln, Infotafeln, Aussichtspunkte, Gastronomie/ Imbisse (Extra-Hinweis: Fischer), Rastplatz

## **Wasserwandern**

Im **engeren Untersuchungsraum** bestehen – ausgenommen des Landgrabens (in Verbindung mit der Datze und der Zarow) – selbst keine Wasserwanderwege. Die Zarow und der Landgraben als nördliche Grenze des engeren Untersuchungsraumes sind aufgrund vieler Wehre und einem engen Flussbett nicht gut zu befahren (Regionaler Fremdenverkehrsverband Vorpommern e. V (o. J.). Zudem ist dieses Gebiet als Naturschutz- bzw. Landschaftsschutzgebiete ausgewiesen. Trotz der zahlreichen Hindernisse/ Wehre und dem Hinweis auf Behinderungen durch starke Verkräutung bei Fahrten im Hochsommer werden die Gewässer im Rahmen der Tour „Von Friedland nach Grambin auf der Zarow“ (42 km) als Buchungsangebot ausgewiesen ([WWW.WASSERWANDERN-MV.DE](http://WWW.WASSERWANDERN-MV.DE)). Für die Entwicklung des Kanutourismus/ Wasserwandertourismus in der Region besteht aufgrund der Voraussetzungen keine Attraktivität und somit kein Potenzial für die Entwicklung eines Wasserwandertourismus.

Jedoch gibt es im **weiteren Untersuchungsraum** einige mögliche Anknüpfungspunkte für attraktives Wasserwandern<sup>42</sup>. Insbesondere die Uecker in Torgelow wird als Wasserwanderweg für Touristen vermarktet. An entsprechender touristischer Infrastruktur gibt es einen Wasserwanderrastplatz auf der Ueckerinsel in der Innenstadt von Torgelow, einen Bootsverleih<sup>43</sup>, eine Kanustation mit einem Bootshaus in städtebaulich hervorgehobener Lage an der Uferpromenade<sup>44</sup>, eine Anlegestelle „Mittelalterzentrum“ mit historischer Bootswerft in innerstädtischer Lage, die von den historischen Werkstätten e. V. mitbetreut wird sowie eine Anlegestelle „Ukranenland“, ein altslawischer Siedlungsnachbau mit umfangreichem Kulturprogramm und Flussfahrten auf historischen Schiffen. Träger hierfür sind auch die historischen Werkstätten e. V.

Touristische Flussfahrten auf der Uecker von der Uckermark bis zum Stettiner Haff werden von einem privaten Anbieter angeboten<sup>45</sup>.

## **Schutzhütten und Infotafeln / Aussichts- und Beobachtungspunkte**

Ein gut ausgebautes Rad- und Wanderwegnetz erfordert Schutzhütten bzw. Rastplätze, um durchziehenden Naturtouristen den Aufenthalt in der Region zu ermöglichen. Auch

<sup>42</sup>Quelle für nachfolgende Informationen zur Uecker über:

Infoliste „Wasserwanderweg Uckerseen Stettiner Haff: Projekte mit Bezug zum Wasserwandern zugeordnet den Objekten am Gewässer, Stand Januar 2002, von Herrn Zimmermann (Altprojekt „Vorpommersche Flusslandschaft“) über Frau Gottschalk/ Bauamt Stadt Torgelow

<sup>43</sup>Startpunkt für Bootstouren:

Bootsverleih Torgelow Frau Ute Maak, Küstergang 1, Torgelow, Funk 0174- 6401996, Paddel & Pedal Tel. 0175-4027812 (Quelle: <http://www.haffhus.de/urlaubstipp/de/torgelow/equi.html>)

<sup>44</sup>Startpunkt für Bootstouren:

Kanustation mit einem Bootshaus wird von der Paddlergilde e. V. Torgelow als Trainingszentrum genutzt, Übernachtungen werden angeboten, im Bootshaus **kein Verleih**, reine Vereinstätigkeit, Ansprechpartner Herr Thomas Werner, Beethovenstr. 13, 17358 Torgelow, web: <http://www.kanu-torgelow.de> und <http://www.sportvereine-ins-netz.de/torgelower-paddlergilde/>, Tel: 03976-432389, Fax: 03976-203914

<sup>45</sup> z. B. Firma Paddel & Pedal Inh. Erhard Rutz in Torgelow, Ferdinandstr. 3, 17358 Torgelow, Mobiltelefon: 0175 4027812, Internet: <http://www.ueckertours.de>, eMail: [webmaster@ueckertours.de](mailto:webmaster@ueckertours.de), geführte Touren per Boot von der Uckermark bis zum Stettiner Haff, Leistungen: Kanuvermietung, Ausrüstungsverleih, Erlebnistouren, Gruppenausflüge und Firmen-events

eine gezielte Besucherlenkung durch Informationstafeln ist von hoher Bedeutung für den Tourismus. Um die Region erleben bzw. wahrnehmen zu können, sollten ausgewiesene Aussichts- und Beobachtungspunkte als Zwischenstopp vorhanden sein.

Eine attraktive Aussichtsmöglichkeit im Untersuchungsraum ist der 86 m hohe Fuchsberg bei Gehren. Die jedoch in einem sehr schlechten Zustand befindliche Kanzel verspricht einen einzigartigen Blick auf die Rämellandschaft bei Gehren, auf den Galenbecker See und Teile der Ueckermünder Heide. Zusätzlich zu drei weiteren Aussichtspunkten im Untersuchungsraum sind zahlreiche Schutzhütten vorhanden, welche größtenteils durch die vorhandenen Wanderkarten dargestellt werden. Die meist neu angelegten Hütten sind jedoch häufig nicht zu erreichen, da selten gemähte Wiesen den Zugang verhindern.

Detaillierte Informationstafeln finden sich an dem Fernwanderweg E9a, im NSG Galenbecker See und an Stationen der Eiszeitroute (Geopark-Erläuterungstafeln). Aber auch an Schutzhütten sind neben Werbe- auch Infotafeln angebracht, wobei diese zum Teil wenig Informationen anbieten und kein einheitliches Bild aufweisen. Darüber hinaus werden die Schutzhütten für private Anschläge (u. a. handschriftliche Informationen, Übernachtungsangebote) und Werbeflyer genutzt.



Abbildung 17: Informationstafeln Schutzhütte Rohrkrug (eigene Bilder)

### **Vernetzung / Qualität des Wegenetzes**

Voraussetzung für eine fahrrad- und wanderfreundliche Region ist das Vorhandensein einer gut ausgestatteten Basisinfrastruktur mit einem vielseitigen und relativ gut vernetzten Rad-, Wander- und Reitwegenetz, so dass sich die Region individuell gut per Rad oder zu Fuß erkunden lässt. Freizeitkarten und Flyer verschiedener Akteure mit Tourenvorschlägen sollen dem Gast dabei behilflich sein, seine Touren und Routen zu wählen.

Grundsätzlich handelt es sich in der Region um den Galenbecker See um ein gut vernetztes Wegesystem. Mehrere überregionale Wege bzw. Themenrouten führen durch die Region. In diese gliedern sich die regionalen Rad- und Wanderwege ein. Kleine, kürzere Rundtouren fehlen jedoch weitgehend in der Region. Reitwege sind ausschließlich zwi-

schen Neuensund und Torgelow publiziert. Zudem ist die Wegequalität streckenweise in einem sehr desolaten Zustand.<sup>46</sup>

Tabelle 13: Befahrbarkeit im eU-Raum (nach [www.dino-navi.de](http://www.dino-navi.de); nicht abschließend)

B <sup>47</sup>	Abschnitte	auf benanntem Abschnitt vorhandene Radwege Angaben in (...) nur in kleineren Abschnitten
sehr gut bis gut	Gehren-Wietsch-L 312-Cosa-Rathey/Schönbeck	Radfernwanderweg „Mecklenburgischer Seenradweg“ Radwanderweg „Um die Brohmer Berge“ Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“ Radrundweg „Eiszeitroute“
	Kotelow-Lübbersdorf	Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Fleeth-Mariawerth-Altwigshagen und Demnitz-Wietstock	Radwanderweg „Auf den Spuren der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn“
	Gehren-Wietsch-Heinrichswalde-Fleethof/L 311-Schwichtenberg	Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“ Radrundweg „Eiszeitroute“ (Radwanderweg „Auf den Spuren der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn“)
	Friedland-Heidberg	Radwanderweg „In die Friedländer Große Wiese“ Radrundweg „Eiszeitroute“ Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Eichhorst-Schönbeck-Voigtsdorf-Schwarzensee-Rosenthal/ Strasburg	Radwanderweg „Um die Brohmer Berge“ Randwanderweg „Kirchentour Mecklenburg-Strelitz“ Radwanderweg „Von den Brohmer Bergen in die Stadt der Windmühlen“
	Strasburg-Rosenthal-Neuensund-Georgenthal/ Rothemühl	Radrundweg „Eiszeitroute“ (Radwanderweg „Stettiner Grenzweg / Alter Postweg“) (Radwanderweg „Um die Brohmer Berge“) (Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“) (Radfernwanderweg „Mecklenburgischer Seenradweg“) (Radwanderweg „Haff-Tollense-Radfernweg“)
	Neuensund-Rothemühl und Eichhof-Meiersberg	Radfernwanderweg „Mecklenburgischer Seenradweg“ Radwanderweg „Haff-Tollense-Radfernweg“
	Jatznick-Groß Spiegelberg-„Burgwall Rosenthal“-Rothemühl-Jatznick	Radrundweg „In die Brohmer Berge“
	Liepe-Sandförde-Jatznick-Torgelow	Radrundweg „Tal der Ukranen“

<sup>46</sup> Aussage Herr Müller (Amt für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung LK MS, vom 31.07.2012): Im LK MS gibt es noch zwei Mitarbeiter, die sich um die Unterhaltung von Radwegen kümmern. Diese sind aber ausschließlich im Gebiet des ehemaligen LK Müritz unterwegs. Sie unterhalten ausschließlich das Haupttroutennetz des Altkreises. Für 2013 wird eine kreisweite Lösung vorbereitet.

<sup>47</sup> Befahrbarkeit

B <sup>47</sup>	Abschnitte	auf benanntem Abschnitt vorhandene Radwege Angaben in (...) nur in kleineren Abschnitten
gut bis mittel	Lübbersdorf-Friedland	Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Brohm-Alte Mühle	Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Cosa-Johannisberg (an L 282) i. Rtg. Galenbeck (in Teilen mittlere Befahrbarkeit)	Radrundweg „Rund um Galenbeck“
	Charlottenhof-Rathey	Radwanderweg „Von den Brohmer Bergen in die Stadt der Windmühlen“
	Rohrkrug-Wietsch	Radwanderweg „Um die Brohmer Berge“
	Rothemühl-Eichhof	Radfernwanderweg „Mecklenburgischer Seenradweg Radwanderweg „Haff-Tollense-Radfernweg Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
mittel bis schlecht und sehr schlecht	westliche Umfahrung des Galenbecker Sees mit Anbindung Kotelow	Radwanderweg „In die Friedländer Große Wiese“ Radrundweg „Eiszeitroute“
	Galenbeck-Rohrkrug	Radwanderweg „Um die Brohmer Berge“
	Galenbeck zur K 63	Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“ Radrundweg „Eiszeitroute“
	östlich Galenbecker See (Feldweg)	-
	Gehren-Klepelshagen	Radwanderweg „Stettiner Grenzweg / Alter Postweg“
	Brohm in Richtung Hohenstein	Radwanderweg „In die Datzeniederung“
	Kotelow-Heinrichshöh	Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Radwanderweg „In die Friedländer Große Wiese“
	Kotelow in Richtung Alte Mühle (nur in geringen Teilen gute Befahrbarkeit)	Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Schwichtenberg-Heidberg (südl. Putzarer See)	Radwanderweg „In die Friedländer Große Wiese“ Radrundweg „Eiszeitroute“ Radrundweg „Rund um Galenbeck“ Radwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“
	Altwigshagen-Demnitz	Radwanderweg „Auf den Spuren der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn“

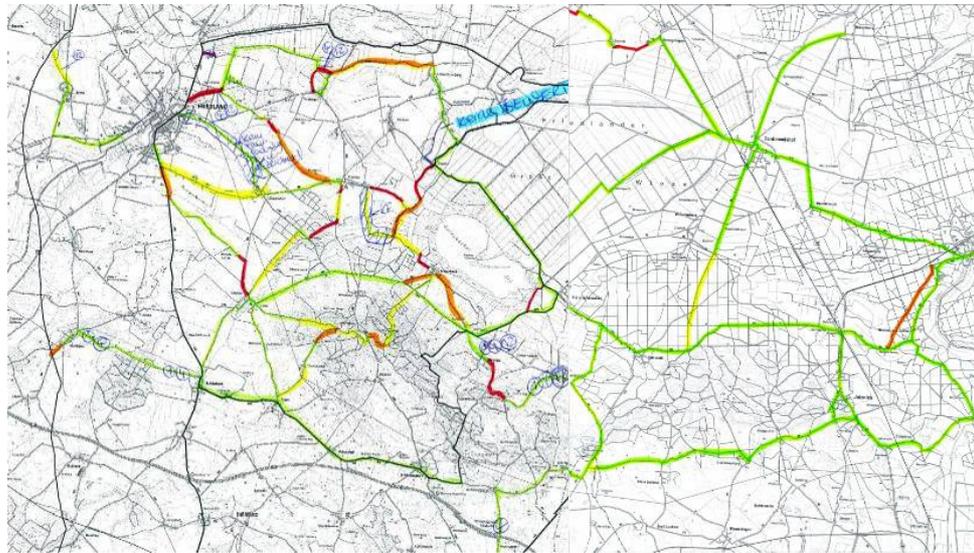


Abbildung 18: Qualität des Wegenetzes im Untersuchungsraum

(eigene Darstellung nach [www.dino-navi.de](http://www.dino-navi.de))

Abbildung 18 veranschaulicht die unterschiedliche Qualität der Radwege vorwiegend für den eU-Raum. Grün unterlegt sind die als qualitativ sehr gut und gut befundenen, gelb die teilweise guten bis mittleren, orange die mittleren bis schlechten und rot die sehr schlechten Wege.

Direkt um den Galenbecker See gibt es keine öffentlichen Wege, die eine Beobachtung der Seefläche und der Uferbereiche von unterschiedlichen Standpunkten aus ermöglichen, da hier große Feuchtgebiete eine Begehung nicht ermöglichen. Zudem ist das Gebiet als Naturschutzgebiet ausgewiesen und durch weitere Schutzgebietskategorien überlagert (vgl. Kap.1.1). Somit ist eine Erschließung des Gebietes auf die bestehenden Wege beschränkt bzw. eine Neuerschließung nur unter Auflagen und nach Prüfung der Umweltverträglichkeit zu realisieren.

Aufgrund der wasserwirtschaftlichen Bestimmungen i. V. m. § 74 LWaG M-V darf der Damm nordöstlich des Galenbecker Sees nicht betreten werden<sup>48</sup>.

Bezüglich der Beschilderung der Wege lässt sich ein differenziertes Bild zeichnen. So sind die überregionalen Wege weitgehend gut ausgeschildert. Hingegen ist die Beschilderung regionaler Wege oft marode, beschädigt, nicht mehr lesbar oder fehlerhaft. Auch kann eine Häufung verschiedenster Wegweiser – wie sie an einigen Standorten anzutreffen ist – verwirrend auf den Gast wirken.

<sup>48</sup> Einstufung anlaog Landesdeichen (Zuständigkeit des StALU VP); nach § 74 (1), Nr. 2 LWaG M-V ist das Betreten außerhalb angelegter Wege und Übergänge unzulässig (Beeinträchtigung der Oberflächenbefestigung (Grasnarbe) und im Folgenden des Dammkörpers) → auf den Damm sind keine Wege oder Übergänge angelegt



Abbildung 19: Wegweiser in Galenbeck

Die Bewerbung der Rad- und Wanderwege mittels Flyern oder per Internet (u. a. über verschiedenste touristische Webseiten, vgl. a. Kap. 1.5, Abschnitt zu Kommunikation der Region als Rad- und Wanderregion) beschränkt sich ebenfalls vorwiegend auf die über-regionalen und nur wenige regionale Wege. Kleinere Rundtouren werden darüber hinaus privat angeboten (vgl. Abschnitt zu Rad-, Wander- und Reitwege) bzw. in Büchern publiziert<sup>49</sup> (vgl. a. Kap. 1.5, Abschnitt zu Kommunikation der Region in Publikationen).

### **Ausleih- und Servicestationen**

Im eU-Raum gibt es folgende Servicestationen, die Anlaufpunkte für Radwanderer sind und die Region damit qualitativ aufwerten:

#### **Fahrradservice (Reparatur)**

Fachgeschäft Heinz Vater  
Breite Straße 25  
17358 Torgelow  
Tel. 03976/ 202340

Anmerkung:

Fahrradservice wird voraussichtlich familiär weitergeführt  
Einrichtung eines Fahrradverleihs wahrscheinlich

#### **Fahrradzubehör und Fahrradpflege**

Fa. Autohandel und Service Grunert  
Eggesiner Str. 9°  
17358 Torgelow  
Tel: 03976/ 202 286, 03976/ 280 857  
Mobil: 0171/ 6011043  
Web: [www.autoservice-grunert.de](http://www.autoservice-grunert.de)  
E-Mail: [info@autoservice-grunert.de](mailto:info@autoservice-grunert.de)

Anmerkung:

Ansprechpartner: Martin Dargusch  
Hol- und Bringservice im Landkreis Uecker-Randow

<sup>49</sup> Brohmer Berge: Eine Zeitreise. Von Friedland bis Strasburg - Woldegk bis Schwichtenberg. Wandern, Radeln, Natur erleben; Autoren: Zerwer, Herta; Zerwer, Werner, Köller, Carl L. & Hoyer, Erich; Verlag: Steffen, Friedland; gebundene Ausgabe; 9. Oktober 2006  
Naturführer Landschaftsschutzgebiet Brohmer Berge mit NSG Galenbecker See und Friedländer Große Wiese; Autor: Erich Hoyer, Verlag: Pro Natura MV; Auflage: o. A. (1992), 110 Seiten, viele Abb.

## Fazit

Touristisches Wegesystem: Vernetzung & Qualität	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ausgebautes Rad- und Wanderwegenetz mit zahlreichen Themenrouten (Haff-Tollense, Brohmer Berge, Rund um Galenbeck, Eiszeitroute, Kirchentour, Auf den Spuren der Mecklenb. Schmalspurbahn etc.)</li> <li>▪ viele Verknüpfungspunkte / gute Vernetzung zwischen den einzelnen Routen – Knotenpunkte</li> <li>▪ überregionale Wege: gute Ausschilderung / Darstellung der Rad- und Wanderwege / Infotafeln</li> <li>▪ Radwege auf wenig befahrenen Straßen</li> <li>▪ an einigen Orten Rastplätze und Schutzhütten in gutem Zustand</li> <li>▪ überwiegend gute Fahrqualität und Eignung zum Radfahren und Wandern – wenig Steigungen und abwechslungsreiche Strecken</li> <li>▪ überregionale Routen überwiegend gut ausgeschildert, in der Region sind vorwiegend (Wander-/ Radwander-) Fernwege und aus dem Gebiet führende überregionale Routen ausgeschildert, die den „Tourenradler“ ansprechen (nur eine Übernachtung entlang der Strecke)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ touristische Wege der Region nicht durchgängig miteinander vernetzt – verschiedene Systeme der Landkreise &amp; unterschiedliche Darstellung des Wegenetzes</li> <li>▪ kein Reitwegenetz</li> <li>▪ Wasserwandern nur am Landgraben möglich (nicht gut zu befahren)</li> <li>▪ fehlende Anbindung / Eingliederung von regionalen Rad- und Wanderwegen ins überregionale Wegenetz (Radfernwege als „Durchgangsstraße“)</li> <li>▪ an einigen Orten hohe Schilderkonzentration: kann Touristen verwirren</li> <li>▪ Beschilderung von Rad- und Wanderwegen zum Teil irreführend, oft mangelhafte Beschilderung (Qualität und Quantität): Pfeile zeigen in falsche Richtungen, schlecht zu finden (marode, beschädigt, nicht mehr lesbar etc.), Zustand und Unterhaltung unterschiedlich aufgrund verschiedener Zuständigkeiten für Beschilderungen</li> <li>▪ Ausschilderungen für kleine, kurze Routen/ Rundtouren/ regionale Wege fehlen /sind nicht lesbar – als Angebot für den mehrere Tage in der Region übernachtenden Gast und z. B. den „Genussradler“ oder die zum Baden fahrende Familie oder eine „1-Stunden-Runde“</li> <li>▪ Unterhaltung der Rad- und Wanderwege und zugehöriger Infrastruktur (Rastplätze/ Unterstände/ Müllbehältnisse) schwierig abzuschern, da kaum Mittel bzw. Mitarbeiter zur Verfügung (für Gemeinde Galenbeck nur zwei Mitarbeiter)</li> <li>▪ Fehlen von Kontrollen und Beseitigungen von Vandalismus an Infotafeln, am Damm durch fehlendes Personal in Gemeinden (s. o.)</li> <li>▪ in vielen Dörfern lückenhafte Ausschilderung / Leitsysteme für Sehenswürdigkeiten, Gastronomie, Beherbergung etc.</li> <li>▪ einzelne Routenabschnitte mit sehr schlechter Fahrqualität – Kopfsteinpflaster, Sand</li> <li>▪ z. T. fehlende überdachte Rastmöglichkeiten / Unterstände für Wanderer, Radfahrer sowie Müllbehälter &amp; Sanitäreinrichtungen am Wegesrand</li> <li>▪ wenige, z. T. reparaturbedürftige Beobachtungs-Plattformen und schlechte Erreichbarkeit der seenahen Beobachtungsplattform bei Galenbeck sowie der Beobachtungsplattform an der alten Beringungsstation (gesperrt)</li> <li>▪ kein Schutz der Tiere vor Scheuchwirkungen</li> <li>▪ fehlende Fahrradverleih- und Fahrrad- Repara-</li> </ul>

Touristisches Wegesystem: Vernetzung & Qualität	
Stärken	Schwächen
	<p>turstationen / E-Bike-Stationen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kein Gepäcktransport</li> <li>▪ Barrierefreiheit nur teilweise gegeben, insbesondere bei Beobachtungsstandorten</li> <li>▪ geringe Zahl Wanderwege zum Galenbecker See / theoretisch ausgewiesener / ausgearbeiteter Rundweg um Galenbecker See fehlt</li> <li>▪ Fehlen eines Radweges auf dem Damm entlang Life-Projekt-Fläche des Galenbecker Sees (wäre von touristischer Bedeutsamkeit durch Erlebbarkeit von Natur und Landschaft), jedoch als wasserwirtschaftliche Anlage Betreten und Befahren verboten</li> </ul>

Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qualitätsverbesserung, Aktualisierung sowie ggf. Ausbau der Wander- und Radwege sowie Lehrpfade (z. B. um den Lübkowsee, den Demenzsee oder von der Ortschaft Galenbeck Richtung Galenbecker See)</li> <li>▪ Wege charakterisieren und Knotenpunkte bei Themenrouten schaffen</li> <li>▪ Informationstafeln nicht nur innerhalb der Region in ausreichendem und aktuellem, qualitativ ansprechendem Maß und an geeigneten Orten, sondern auch an den „Toren“ zur Region Galenbecker See etablieren, um Besucher schon von Anfang an über touristische Attraktionen, Besonderheiten, Möglichkeiten zu informieren</li> <li>▪ Gewährleistung und Absicherung der Unterhaltung und Pflege der touristischen Wegeinfrastruktur</li> </ul>

### 1.4.3 Buchbare touristische Angebote

Derzeit gibt es im **eU-Raum** kaum buchbare oder vernetzte / kombinierte und vor allem ganzjährig offerierte touristische Angebote. Einzig die zwei im eU-Raum befindlichen als Hotel fungierenden Gutshäuser bzw. Schlösser in Kotelow und Rattey bieten Pauschalen mit Übernachtung an. Darüber hinaus entstand durch Eigeninitiative von lokalen Akteuren, in diesem Falle des Jagdschlusses Kotelow, vier Rundtouren, die per Rad und zu Fuß mit dem Startpunkt Kotelow für Hotelgäste angeboten (vgl. a. Kapitel 1.4.2) werden.

Erwähnenswerte touristische Angebote finden sich darüber hinaus noch im Museumsdorf Schwichtenberg mit seinen musealen (Findlingsgarten, Freilichtmuseum) und Aktivangeboten (Fahrt mit der MPSB).

Im Wildtierland Gut Klepelshagen gibt es ein umfangreiches Angebot an geführten thematischen Naturerlebnis- und -erkundungsveranstaltungen bzw. Touren, die bis Ende 2012 angeboten werden. Das Angebot wird voraussichtlich ab 2013 nicht mehr existent sein. Folgende Übersicht zeigt bisher angebotene und buchbare touristische Angebote der Deutschen Wildtier Stiftung im Wildtierland Gut Klepelshagen:

Tabelle 14: In 2012 buchbare geführte Touren im Wildtierland Gut Klepelshagen (DEUTSCHE WILDTIER STIFTUNG 2012)

Bezeichnung	Beschreibung	Zeitliche Einordnung
Wanderung durch das Wildtierland Gut Klepelshagen	geführte Tour durch die Brohmer Berge mit Infos zu Tier- und Pflanzenwelt	Ganzjährig
Urwaldwanderung durch das Knüppelbachtal	Entdeckung der Pflanzenwelt mit Wasserschwertlilien, eindrucksvollen Pilzformationen und Altbaumbeständen entlang der Wege und Moorstege.	Ganzjährig
Ansitz im Tal der Hirsche	Beobachtung von Hirschen, Wildschweinen, Seeadlern, Rehen, Füchsen oder Hasen	Ganzjährig
Trauerseeschwalben am Hinterwiesenweiher	Beobachtung des rückläufigen Bestandes an Trauerseeschwalben	Angebot nur im Mai und Juni
Entdeckungen auf der Streuobstwiese	Artenvielfalt der Obstbäume sowie Vogel-, Insekten- und Kleinsäugervielfalt	Mai bis Oktober
Auf den Pfaden der Alten Baumschule	Eiben, Weißtannen und Bergahorne aus dem 19. Jhd.	November bis März und Juni bis Oktober
Hirschbrunft		September
Auf den Spuren der Wildtiere im Winter	Fuchs, Eichhörnchen und Rothirsch	Dezember bis März

Darüber hinaus werden verschiedene individuelle Entdeckungstouren bzw. Routen vom Standort Klepelshagen aus angeboten. Zu diesen „Themenwegen“ gehören

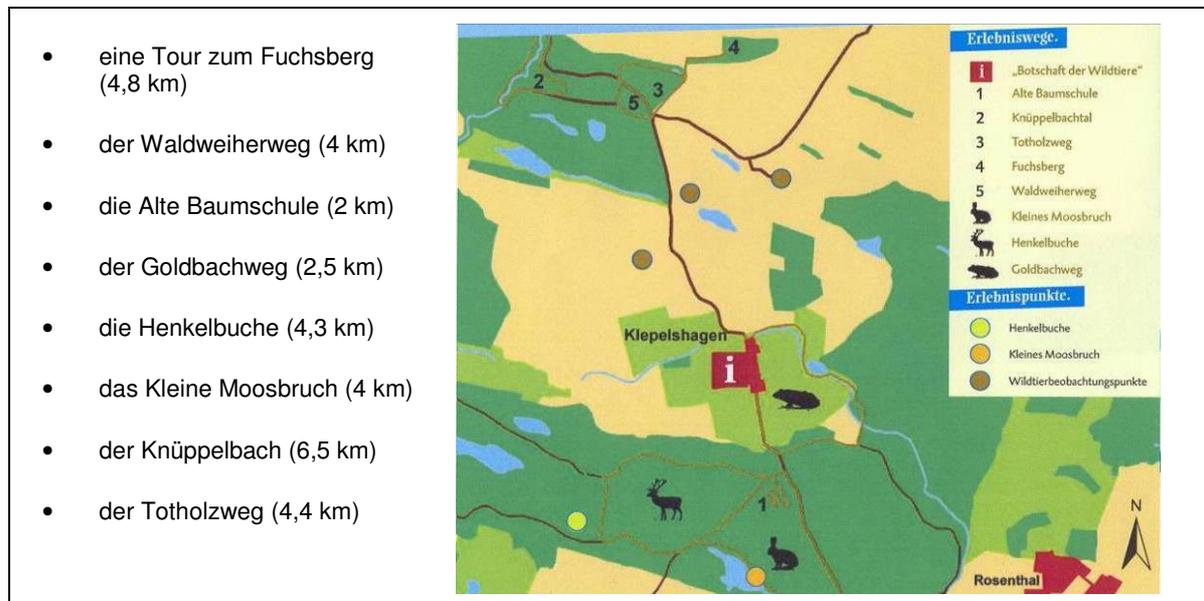


Abbildung 20: Erlebniswege im Wildtierland Gut Klepelshagen (DEUTSCHE WILDTIER STIFTUNG 2012)

Der **U-Raum** Galenbecker See zeigt im Bereich Führungen, Natur-Beobachtungen und Lehrpfade ein differenziertes Bild.

So gibt es kaum offiziell geführte, regelmäßig angebotene Touren im **eU-Raum** – Galenbeck und Brohmer Berge. Der Verein Jordsand bietet interessierten Mitgliedern Exkursionen zu den Schutzgebieten, in denen der Verein aktiv ist, an, so auch zum NSG Galenbecker See<sup>50</sup>. Auch die Stiftung Umwelt und Naturschutz M-V (StUN) bietet eine geführte Tour zum Galenbecker See an<sup>51</sup>.

Im Bereich des Naturparks „Am Stettiner Haff“ (NP ASH) östlich des Galenbecker Sees (vorwiegend im **wU-Raum**) gibt es hingegen vereinzelt von Akteuren angebotene touristische Leistungen. Das Tourismusangebot ist hier aufgrund des NP-Status umfangreicher und bereits gut etabliert. So sind u. a. für den NP ASH vier fest angestellte Naturwächter sowie 14 aktive und zertifizierte Natur- und Umweltführer tätig. Derzeit werden von diesen keine festen Touren im U-Raum, so z. B. im Bereich der Brohmer Berge, angeboten. Bei entsprechender Nachfrage wäre es jedoch möglich, dass diese Natur- und Umweltführer thematische Touren für den U-Raum entwickeln und anbieten.

Neben den erwähnten Führungen durch den NP ASH sind insbesondere die touristischen Angebote der Forstsamendarre in Jatznick sowie des Vereins Ukranenland Historische Werkstätten e. V. in Torgelow zu nennen. Hier werden vor allem die Zielgruppen Kinder, Jugendliche und Schulklassen mit spezifischen Tages- und mehrtägigen Klassenfahrts-Angeboten angesprochen. Potenziell würde sich dieser Ort aber auch für Geschäftsreisende mit sogenannten Incentive-Programmen eignen. Diese Angebote sind größtenteils dem Bereich Umweltbildung zuzurechnen und werden meist lediglich von einem Leistungsträger angeboten. Es fehlt auch hier noch die Vernetzung mit anderen touristischen Leistungsträgern, um thematisch vielseitigere Angebote bzw. auch Pauschalen aus mindestens zwei kombinierbaren Bausteinen entwickeln und anbieten zu können.

### Fazit

Buchbare touristische Angebote	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angebot an buchbaren touristischen Angeboten, die die Natur- und Landschaftspotenziale integrieren:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im eU-Raum: Wildtierland Gut Klepelshagen (bis 2012), Jordsand e. V., StUN</li> <li>▪ im wU-Raum: NP ASH: Führungen</li> </ul> </li> <li>▪ Angebote, die regionale kulturhistorische Besonderheiten aufnehmen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im eU-Raum: Park Hotel Schloss Rattey: Weinanbau</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ fast keine buchbaren Angebote im eU-Raum</li> <li>▪ touristische Angebote konzentrieren sich jeweils auf einen Standort → es gibt keine vernetzten Angebote</li> <li>▪ Vermarktung (auf Flyern) nicht mehr existenter Angebote (Verein Vredeländer Land)</li> <li>▪ keine Schlechtwetterangebote</li> <li>▪ keine mehrtägigen Angebote</li> <li>▪ keine Online-Buchbarkeit</li> <li>▪ kaum touristische Highlights bzw. fehlende</li> </ul>

<sup>50</sup> Eine Exkursion zum NSG „Galenbecker See“ fand am 20. Mai 2012 statt. Mehr hierzu unter <http://www.jordsand.eu/index.php?id=432>

<sup>51</sup> mehr hierzu unter <http://www.stiftung-naturschutz-mv.de/index2.htm>

Buchbare touristische Angebote	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im wU-Raum: Ukranenland Torgelow: Slawenzeit</li> <li>▪ touristische Angebote einzelner Anbieter im engeren und weiteren U-Raum im Urlaubskatalog Brohmer Berge e. V.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leuchttürme / qualitativ hochwertige Attraktionen für potenzielle Touristen/ Gäste (wie z. B. Baumwipfelpfad)</li> <li>▪ touristische Angebote zwar zielgruppenspezifisch, jedoch alternativlos für anders Interessierte</li> <li>▪ keine dem natur- und landschaftsgebundenen Potenzial entsprechenden Naturführungen im Gebiet Galenbecker See</li> </ul>

Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schaffung vernetzter touristischer Kombiangebote, die alle natur- und kulturräumlichen Potenziale inkludieren (z. B. Projektstage, wo Ukranenland, Mittelalterzentrum und Vogelberingungsstation Heinrichswalde miteinander verknüpft sind)</li> <li>▪ mehrtägige Angebote mit touristischen Angeboten sowie Übernachtung und Gastronomie schaffen - Einbindung der vorhandenen Routen, die für Übernachtungsgäste in Schlössern und Gutshäuser angeboten werden (z. B. im Jagdschloss Kotelow, welches dem Schösserverein beigetreten ist)</li> <li>▪ Angebotsentwicklung durch Zusammenbringen von Landwirtschaft + Tourismus – regionale Produkte</li> <li>▪ Potenziale liegen vor allem im Bereich der kreativen wissenschaftlichen Informationsvermittlung (Touren zu den Friedländer Wiesen (Flachmoor): Geschichte, Meliorierung, Renaturierung, Moorprofile</li> <li>▪ Konzentration auf die Entwicklung von naturtouristischen Nischenprodukten bzw. qualitative Aufwertung vorhandener Attraktionspotenziale – Chance auf exklusive Angebote, die überregionale Bedeutung haben und „echte“ Erlebnisse schaffen / bieten</li> <li>▪ Angebote auf die Bedürfnisse und Ansprüche der Zielgruppe Naturtouristen (Ornithologen, Naturspezialisten, Fahrradfahrer, Wanderer etc.) hin ausrichten → Angebote wie z. B. Sportveranstaltungen (vergleichbar dem Darblauf), Klettertouren im Gesteinsgarten, Galenbeck-Rundtour etc.</li> <li>▪ Entwicklung von Themenrouten (z. B. Schlösser und Gutshäuser, Alte Salz- und Heringsstraße (Vermarktungspotenzial))</li> <li>▪ Nutzung der Gutshäuser und zugehörigen Gärten zur Entwicklung eines „Gartentourismus“ – Aufwertung vorhandener Gärten durch pflegerische und infrastrukturelle Maßnahmen und Gewährleistung der Pflege/Instandhaltung</li> <li>▪ „Welcomecenter“ schaffen, um die Besucher zu begeistern und auf die Besonderheiten aufmerksam zu machen</li> </ul>

#### 1.4.4 Unterkunftsbetriebe und Gastronomie

##### **Unterkunftsbetriebe**

Die Kapazität an Übernachtungsmöglichkeiten im Untersuchungsraum ist relativ begrenzt, gemessen an der derzeitigen Nachfrage jedoch ausreichend<sup>52</sup>. Das Angebot ist vielseitig und der Gast findet vom Campingplatz mit Bungalows, Caravan- und Zeltplätzen, Herbergsartigen Großunterkünften in Schwichtenberg und Gehren über Ferienwohnungen/ Häuser/ Privatzimmer hin zu Pensionen, Gasthäusern und Hotels. Allerdings ist die Qualität der angebotenen Unterkünfte mit Ausnahme der Schlossunterkünfte auf

<sup>52</sup> siehe Anlage 6 i. V. m. Anlage 11 – Kategorie „Beherbergung“ (Übernachtungsmöglichkeiten)

recht einfachem Niveau und entspricht nicht den Ansprüchen der Zielgruppen (siehe Kap. 2). Hier besteht vordringlicher Handlungsbedarf, die Unterkünfte qualitativ und ansprechend aufzuwerten.

Die beiden größten Anbieter im **eU-Raum** sind das Park Hotel Schloss Rattey mit 62 Betten sowie der Campingplatz in Cosa. Die Jugendbegegnungsstätte Europa in Schwichtenberg mit 36 Übernachtungsplätzen wird zurzeit nicht betrieben und sucht einen neuen Betreiber. Darüber hinaus existieren ein Hotel in Rothemühl mit 30 Betten sowie ein weiterer Campingplatz am Schmiedegrundsee in Neuensund. In der Ortschaft Gehren befindet sich das Haus Wildtierland – Schullandheim Gehren, eine Herbergsartige Übernachtungsmöglichkeit für größere Gruppen (40 Betten), die insbesondere die Zielgruppe Kinder und Jugendliche anspricht. Deren Zukunft ist jedoch nicht sicher.

Im **wU-Raum** ist der größte Beherbergungsbetrieb eine Herberge im Ukränenland Torgelow mit 60 Betten.

Unterkünfte für Individualtouristen sind schwerpunktmäßig in Strasburg und Torgelow (wU-Raum), aber auch in Ferdinandshof oder Rothemühl (eU-Raum) zu finden. Defizite an Übernachtungsmöglichkeiten sind vor allem in Heinrichswalde und Neuensund sichtbar. Die vorhandenen Übernachtungsangebote liegen mit Ausnahme der Schlossunterkünfte im unteren Preissegment.

Unzureichend ist jedoch das Angebot an qualitativ ansprechenden Übernachtungsmöglichkeiten für den Ausbau des Gruppentourismus. Allein in der oben genannten Herberge im Ukränenland Torgelow ist die Unterbringung größerer Gruppen möglich. In den begrenzenden Städten Friedland und Strasburg sind keine größeren Unterkunftsbetriebe mit entsprechender Bettenkapazität vorhanden. Daher ist eine zusammenhängende Übernachtungsmöglichkeit für Touristen in Reisebussen bis zu 47 Personen in der Region kaum gegeben, denn es müsste theoretisch die entsprechende Anzahl an Einzelzimmern bzw. Einzelbelegung zur Verfügung stehen. Die Ausgangsbedingungen bzw. die Ansprüche an die Unterkunft sind allerdings auch individuell abhängig von der Zielgruppe und der Reiseart. Kleine Busse mit bis zu 19 Personen können theoretisch in den Hotels der Region in Rattey, Friedland, Woldegk und Strasburg sowie in Rothemühl (Alte Försterei Nettelgrund) untergebracht werden. Bei letzterer ist allerdings die schlechte Zuwegung für Busse zu beachten. Die Großunterkünfte in Schwichtenberg und Gehren kommen für anspruchsvolle, qualitätsbewusste Naturtouristen hingegen weniger in Betracht.

Insbesondere in Bezug auf fahrradfreundliche und insgesamt qualitätszertifizierte Unterkünfte besteht noch erheblicher Handlungsbedarf, um die einkommensstarke Zielgruppe der Radtouristen zu gewinnen und an sich zu binden. Als Orientierung in der Auswahl der Unterkunft dient dem Besucher der Region nicht nur die Lage, sondern auch bekannte Qualitätssiegel wie „Bett & Bike Betrieb“ vom ADFC<sup>53</sup>, „Wanderbares Deutschland“ vom

---

<sup>53</sup> [www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

Deutschen Wanderverband<sup>54</sup>, die Sterne des DTV oder ähnliches, die einen verlässlichen Service garantieren. Hier besteht in der Region erheblicher Nachholbedarf. Laut Datenbank des ADFC Bett & Bike tragen das Qualitätssiegel für Fahrradurlaub Bett & Bike im **eU-Raum** nur der Campingplatz Cosa und das Hotel „Vredeländer Land“ in Friedland sowie die „Alte Försterei Nettelgrund“ in Rothemühl. Im **wU-Raum** ist dies die Privaturterkunft „Haus im Blumengarten“ in Torgelow. Darüber hinaus fehlt es an buchbaren Angeboten, die den Gast zu einem längeren Aufenthalt und Verweilen bewegen. Eine längere Aufenthaltsdauer kann nur erreicht werden, indem dem Urlauber auch vielfältige Möglichkeiten zur Urlaubsgestaltung geboten werden. Vorreiter in diesem Bereich sind das Park Hotel Schloss Rattey oder auch das Jagdschloss Kotelow, die sich mit vielseitigen thematischen und wechselnden Angeboten vermarkten<sup>55</sup>.

Aufgrund fehlender statistischer Daten, die den direkten Untersuchungsraum tangieren, können hier nur die Angaben einiger Anbieter zusammengefasst werden. Nach Aussage der Campingplatzbetreiber stagniert die Nachfrage in den letzten Jahren; auch in der Hauptsaison sind freie Kapazitäten zu verzeichnen. Die Besucher haben eine nur geringe Aufenthaltsdauer, entweder auf der Durchreise auf dem Campingplatz oder für Kurzurlaube mit 2-3 Nächten im Hotel (Rattey). Die Auslastung ist insbesondere in den Wintermonaten (Rattey und Kotelow) sowie auch innerhalb der Woche (Kotelow) gering<sup>56</sup>.

Die genaue Anzahl aller Anbieter ließ sich weder online, in Print-Form, noch nach Vor-Ort-Begehung ermitteln. Es besteht also auch hier dringender Bedarf an einer transparenten, zusammenhängenden und einheitlichen Darstellung aller Anbieter nach außen.

### **Gastronomieanbieter**

Ähnlich wie bei den Unternehmungenbetrieben ist die Situation bei den Gastronomieanbietern. Einerseits ist das Angebot entsprechend der Nachfrage ausreichend; es gibt vom Imbiss über Cafés und Gaststätten bis zu edlen Schlossrestaurants vielfältige Versorgungsmöglichkeiten. Andererseits ist die Verteilung in der Fläche nicht ausreichend; es fehlen in vielen Orten Versorgungs- und Einkehrmöglichkeiten. Zwar gibt es im U-Raum recherchierbare gastronomische Angebote – fünf in Ferdinandshof (eU-Raum) sowie fünf in Jatznick und 19 in Torgelow (wU-Raum). Mehrheitlich wird hier jedoch eine einfache Gastronomie geboten. Ausnahmen mit ausgefallenen Speisen, einer Küche der regionalen Besonderheiten oder der gehobenen, zertifizierten Qualität gibt es wenige. Zu nennen sind hier wieder das Park Hotel Schloss Rattey und das Jagdschloss Kotelow, aber auch das Wildtierland Gut Klepelshagen mit selbst erzeugten Produkten aus der Gourmet Manufaktur.

<sup>54</sup> Zertifizierungen bzw. Gütesiegel für verschiedene Arten von Beherbergungen unter [www.dtv.de](http://www.dtv.de); Hotels, Hotels garni, Gasthöfe und Pensionen ab 9 Betten unter [www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de) (DEHOGA), Ferienwohnungen und Privatvermieter unter [www.sterneverien.de](http://www.sterneverien.de) (DTV) sowie Klassifizierung von Gasthöfen unter [www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de) (DEHOGA)

<sup>55</sup> siehe die Internetpräsenzen der Anbieter unter [www.schlossrattey.de](http://www.schlossrattey.de) sowie [www.jagdschloss-kotelow.de](http://www.jagdschloss-kotelow.de)

<sup>56</sup> nach Aussagen der Unternehmungenbetreiber des Park Hotels Schloss Rattey und des Jagdschlusses Kotelow sowie des Campingplatzes in Cosa

So wirkt die kulinarische Entdeckungsreise durch die Region wenig anziehend oder abwechslungsreich und kann über die Befriedigung der Grundbedürfnisse hinaus nichts bieten. Qualitätsdachmarken wie die „Regionale Esskultur“<sup>57</sup> zur Vermarktung der Spezialitäten der Region fehlen völlig.

### Fazit

Gastronomie und Beherbergung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ differenziertes Angebot an Unterkünften und gastronomischen Einrichtungen für verschiedene Zielgruppen</li> <li>▪ einige qualitativ hochwertige Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe</li> <li>▪ Region verfügt über ein ausbaufähiges Potenzial bei kulinarischen Spezialitäten wie Galenbecker Fisch, Wildgerichte aus den Brohmer Bergen etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ geringes Angebot im eU-Raum</li> <li>▪ zwei Großunterkünfte sind bzw. werden geschlossen               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Jugendbegegnungsstätte in Schwichtenberg und Schullandheim Gehren</li> <li>→ keine Beherbergung für größere Gruppen vorhanden</li> </ul> </li> <li>▪ kein Netz an radfahrerfreundlichen Unterkünften (Bett &amp; Bike ADFC, FDNF)</li> <li>▪ kaum regionale/lokale &amp; qualitativ hochwertige kulinarische Produkte / Spezialitäten oder auch saisonale und regionale Angebote, begründet u. a. durch geringe Besucherzahlen und schwierige Vorratshaltung</li> <li>▪ mittleres Preissegment unterrepräsentiert (für Anwohner und Touristen)</li> <li>▪ kaum Nutzung naturtouristischer Umwelt- und Qualitätssiegel wie Bett &amp; Bike, „Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern“, Hotel-Klassifizierung des DTV, Dehoga Qualitätsoffensive Gastgewerbe MV, Wanderbares Deutschland etc.</li> <li>▪ kaum Servicequalität: gastfreundliche Öffnungszeiten / erst vor Ort zu erfahren und damit fehlende Sicherheit für Tagesgäste/ Radwanderer bzgl. Versorgung &amp; Übernachtung               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ mangelhafte Ausschilderung der Angebote in den Ortslagen (optisch, Angebot, Ausstattung, Preise, Belegung etc.)</li> <li>→ Kapazitäten, Erreichbarkeiten der Vermieter, Belegung etc.</li> </ul> </li> <li>▪ geringe Aufenthaltsdauer und nur saisonale Belegung – Unsicherheiten für die Anbieter</li> </ul>

### Herausforderungen

- qualitative Verbesserung der Angebote, gerade auch in Bezug auf die anzusprechende Zielgruppe Naturinteressierte
- vorhandene Angebote in der Gastronomie unbedingt qualitativ ansprechend und mit regionalen, regionstypischen Produkten aufwerten

<sup>57</sup> Beispiele dafür sind mit der Lüneburger Heide sowie dem Oder Culinarium unter <http://www.regionale-esskultur.de> sowie [www.oderculinarium.com](http://www.oderculinarium.com) zu finden.

- Beherbergungsangebot auch für größere Gruppen, z. B. Bustouristen ermöglichen
- Anbindung an die und Ausschilderung von Gastronomieeinrichtungen an touristischen Wegen verbessern
- Vernetzung der Beherbergungsbetriebe – Ausbau der Serviceleistungen: Weitervermittlung, Verkauf von Karten- und Infomaterial, Gepäcktransport, Picknick- und Lunchpaketservice, Unterstell- und Reparaturmöglichkeiten für Fahrräder
- Nutzung der gängigen Qualitätssiegel als Verkaufsargument
- Ausbau der regionalen Küche, Qualitätsoffensive im Gastronomiebereich
- Aufbau einer Vertriebsstruktur zwischen Erzeugern regionaler Produkte (Fischer in Heinrichswalde, Imker, Wildtierland Gut Klepelshagen und Gastronomieeinrichtungen)
- Gewährleistung von besucherfreundlichen Öffnungszeiten und Zugänglichkeiten der touristischen Attraktionen
- Verbesserungsmöglichkeiten gerade in dem so wichtigen Bereich der Qualität und des Services durch Zertifizierungen, Qualitätssiegel, Mitarbeiterschulungen, ansprechende infrastrukturelle Maßnahmen in Gastronomie und Beherbergung

## 1.5 Touristische Vermarktung

### Landesebene

Betrachtet man das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern insgesamt, so konzentriert sich das Landesmarketing laut dem im Jahre 2010 veröffentlichten Landestourismuskonzept in den kommenden Jahren auf die folgenden strategischen Themenmärkte:

*Tabelle 15: Strategische Themenmärkte des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (TMV) bis 2015 (TMV 2012)*

Hauptmärkte bzw. Kernthemen	Potenzialmärkte
▪ Erholungs- und Badeurlaub	▪ Gesundheit
▪ Aktivurlaub (Radfahren, Wandern, Golfen, Aktivitäten auf dem Wasser, Camping)	▪ Kultur
	▪ Reiten
▪ Kultururlaub	▪ Golfen
▪ Wellnessurlaub	▪ Landurlaub
▪ Kulinarische Genussreisen	▪ MICE
<b>Naturtourismus als integratives Element</b>	

### Regionale Ebene

Wie eingangs erwähnt, gehört der **U-Raum** im Bereich des LK MS planungsrechtlich zum Tourismusverband (TV) Mecklenburgische Seenplatte, obliegt aufgrund verschiedentlicher Bezüge aber auch dem TV Vorpommern – so wie der Bereich im LK VG. Beide TV sehen für ihre Region in den kommenden Jahren Potenziale im Aktivtourismus mit Radfahren, Wandern und Wassersport, wobei das Naturpotenzial als Klammer gesehen wird, sowie Tagestourismus einschließlich Besuch von Veranstaltungen, Museen, Kirchen, Gastronomie, Gästeführungen, Kanuausflüge, Tierparks, Erlebnisparks, Freizeitbäder, Fahrgastschiffe etc. An erster Stelle stehen aktive und passive Erholung in ruhiger Um-

gebung, zu sich selbst sowie mit anderen zusammenkommen, sich und seiner Gesundheit etwas Gutes tun. Leitziele liegen in qualitativ verbesserten, innovativen, ganzjährigen und serviceorientierten Angeboten. Insbesondere der TV Mecklenburgische Seenplatte sieht seinen Schwerpunkt im Erhalt und der Kommunikation des einmaligen Landschafts- und Naturraums durch unter anderem Sensibilisierung der Gäste und der Einheimischen für den Erhalt der Natur, die Entwicklung und Vermarktung regionaler Produkte, enge Zusammenarbeit mit den Naturschutzbehörden bezüglich touristischer Nutzung und Erschließung sowie Reduzierung räumlicher Belastungen durch Schaffung attraktiver ÖPNV-Angebote<sup>58</sup>.

### **Lokale Ebene**

Auf lokaler Ebene ist für das Untersuchungsgebiet der Tourismusverein „Brohmer Berge e. V.“ mit Sitz in Strasburg (LK VG) zuständig. Dabei kommt diesem hauptsächlich die Funktion der touristischen Infrastrukturentwicklung und der Angebotserbringung und Darstellung in Zusammenarbeit mit den regionalen und lokalen Leistungsträgern zu. Der Verein ist neben einem ausführlichen Katalog mit touristischen Angeboten und Gastgeberverzeichnis auch mit einer eigenen Webseite ([www.brohmerberge.com](http://www.brohmerberge.com)) präsent. Jedoch entspricht dieser nicht unbedingt den qualitativen und inhaltlichen Ansprüchen der heutigen Gäste. Zum einen sind nicht alle Angebote und Unterkünfte aufgeführt, zum anderen ist keine Zielgruppenorientierung erkennbar, was in einer gewissen Beliebigkeit mündet. Hier sollte eine Anbindung an den bereits erfolgreich fungierenden TV „Stettiner Haff e. V.“ in Erwägung gezogen werden, um dessen Synergieeffekte positiv nutzen zu können und auf überregionaler Ebene besser wahrgenommen zu werden. Der angrenzende TV „Stettiner Haff e. V.“, der den Naturpark vermarktet, hat die Region Galenbecker See bislang nur bis an die Landkreisgrenze im Programm.

Die im **wU-Raum** befindlichen Helpter Berge wiederum werden durch eine eigene Webseite vermarktet ([www.helpter-berge.de](http://www.helpter-berge.de)). Auch hat sich gezeigt, dass die im Einzugsbereich für Tagesausflügler ansässigen Servicestellen wie Neubrandenburg oder Pasewalk keine touristischen Informationen zur Region Galenbecker See kommunizieren.

Touristische Infrastruktur in Form von Touristinformationsstellen (TI) mit Informationen zur Region ist in Friedland (**eU-Raum**), Strasburg und Torgelow (beide **wU-Raum**) gegeben. Diese drei Servicepunkte fungieren als wichtige erste Anlaufstelle für den potenziellen Besucher, der sich von zu Hause aus vorinformiert und den Besucher, der sich bereits in der Region befindet. Hier erhält der Besucher Informationen und Material zu Anreise, Unterkunft und touristischen Angeboten der Region Galenbecker See. Verbesserungsbedarf besteht allerdings im Service bzw. der Qualität sowie der kostenfreien Vermittlung von Informationsmaterial.

<sup>58</sup> siehe hierzu Markenleitbild 2020 des TV Mecklenburgische Seenplatte sowie Themen- und Zielgruppenmatrix des TV Vorpommern-Greifswald

Die nach dem Deutschen Tourismusverband (DTV) formulierten Mindestkriterien an den Service von Tourismusinformatoren<sup>59</sup>, den ein Tourist erwarten darf, werden von den für die Region zuständigen Tourismusinformatorenstellen der Region Galenbecker See in vielen Punkten nicht sichergestellt. Defizite bestehen schon allein in den grundlegenden Servicebereichen Informationsmaterial und den nicht besucherfreundlichen Öffnungszeiten (siehe nachstehende Tabelle).

Folgende Tabelle fasst die überregional, regional und lokal agierenden Tourismusmarketingträger und deren Internetpräsenzen mit recherchierten qualitativen/ inhaltlichen Defiziten zusammen, durch die der U-Raum nach außen kommuniziert und vermarktet wird:

Tabelle 16: Tourismusmarketingträger für die Region Galenbecker See

Vermarktung	Inhalte	Defizite
<b>Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern</b> Sitz: Rostock www.auf-nach-mv.de	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vermarktet alle Regionen und Themen Mecklenburg-Vorpommerns</li> <li>▪ Förderung der Potenziale Erholungs- und Naturtourismus als Segmente → Thema: Aktiv in der Natur</li> <li>▪ inkludiert den U-Raum zu den Themen touristische Wege (Galenbeck-Rundtour, Brohmer Berge Rundtour, Backstein- und Eiszeitroute) sowie Schlösser (Ratzeburg, Kotelow)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine buchbaren Angebote speziell für den U-Raum</li> <li>▪ Region Galenbeck als Tourismusregion / Thema schwer aufzufinden</li> </ul>
<b>Tourismusverband Vorpommern-Greifswald</b> Sitz: Greifswald www.vorpommern.de	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vermarktet die Themen und Regionen Vorpommerns</li> <li>▪ inkludiert den U-Raum mit den Themen Gutshäuser und Schlösser, Brohmer Berge, Kunst offen und Radfahren</li> <li>▪ vermarktet die Region auch im polnischen und skandinavischen Raum (mehrsprachige Webpräsenz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine buchbaren Angebote speziell für den U-Raum</li> <li>▪ Region Galenbeck als Tourismusregion / Thema schwer aufzufinden</li> </ul>
<b>Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte</b> Sitz: Röbel www.mecklenburgische-seenplatte.de	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vermarktet die Themen der Region Mecklenburgische Seenplatte</li> <li>▪ inkludiert den U-Raum mit der Eiszeitroute und Kunstorten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine buchbaren Angebote speziell für den U-Raum</li> <li>▪ Region Galenbeck als Tourismusregion / Thema schwer aufzufinden</li> <li>▪ Region Galenbeck / Brohmer Berge kaum touristisch relevant, obwohl planungsrechtlich zum Verband gehörend</li> </ul>
<b>Fremdenverkehrsverein Brohmer Berge e.V. mit Touristinformatoren</b> Sitz: Strasburg / Heimatmuseum www.brohmerberge.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vermarktet die Region Helpter und Brohmer Berge mit einer zusammenfassenden Broschüre, die folgendes beinhaltet:</li> <li>▪ Unterkünfte</li> <li>▪ Gastronomie</li> <li>▪ Geschichte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nur eine zuständige Person</li> <li>▪ besucherunfreundliche Öffnungszeiten / Erreichbarkeit: Dienstag – Freitag: 10:00 - 12:00 / 14:00 - 16:00 Uhr, Sonntag: 15:00 - 17:00 Uhr</li> <li>▪ kein kostenloser Versand von</li> </ul>

<sup>59</sup> zu finden unter <http://www.deutschtourismusverband.de/klassifizierung/i-marke/die-kriterien.html>

Vermarktung	Inhalte	Defizite
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Touren durch die Region</li> <li>▪ Besucherattraktionen / Ausflugsziele</li> <li>▪ Veranstaltungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Infomaterialien</li> <li>▪ keine Onlinebuchbarkeit</li> <li>▪ wenig strukturiertes zusätzliches Infomaterial</li> </ul>
<b>Stadt- und Touristeninformation Friedland</b> Sitz: Friedland / Heimatmuseum <a href="http://www.friedland.de">www.friedland.de</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vermarktung lokaler touristischer Attraktionen, Freizeitaktivitäten und Beherbergungs-/ Gastronomieangebote (Informationen über Friedland und die Region, Tipps zu Veranstaltungen, Empfehlungen zu Ausflugszielen, Übernachtungsangebote, Informationsmaterial etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ besucherunfreundliche Öffnungszeiten / Erreichbarkeit: Montag - Freitag: 09:00 - 12:00 / 13:00 - 17:00 Uhr, Saison: April – September auch Samstag: 14:00 - 17:00 Uhr</li> <li>▪ kein Gastgeberverzeichnis online</li> <li>▪ kein kostenloser Versand von Infomaterialien</li> <li>▪ keine Onlinebuchbarkeit</li> </ul>
<b>Touristeninformation Torgelow</b> Sitz: Torgelow <a href="http://www.torgelow.de">www.torgelow.de</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auskünfte und Informationen zu Unterkünften, gastronomischen Einrichtungen mit Gastgeberverzeichnis</li> <li>▪ Informationen zu Torgelow und Umgebung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine besucherfreundlichen Öffnungszeiten / außerhalb der Saison nur Montag - Freitag: 10:00 – 16:00 (Freitag: bis 14:00 Uhr)</li> </ul>
<b>Touristinformation Ueckermünde</b> <a href="http://www.ueckermuede.de">www.ueckermuede.de</a> <b>Fremdenverkehrsverein Stettiner Haff e.V.</b> Sitz: Ueckermünde <a href="http://www.urlaub-am-stettiner-haff.de/">http://www.urlaub-am-stettiner-haff.de/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zimmervermittlung in Hotels, Pensionen und Privatunterkünften</li> <li>▪ Bereitstellung von Prospektmaterialien über die Umgebung sowie Postkarten, Aufkleber, Kartenmaterial</li> <li>▪ Auskünfte zu Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen</li> <li>▪ Veranstaltungskarten und Vermittlung von Stadtführungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine durchgängigen Öffnungszeiten am Wochenende / außerhalb der Saison nur Montag - Freitag</li> <li>▪ Region Galenbecker See kaum in touristische Angebote inkludiert, Konzentration auf Stettiner Haff und dessen Gemeinden</li> </ul>

Die Region als touristisches Ziel mit entsprechenden Angeboten und einem Veranstaltungskalender wird vom TV Brohmer Berge e. V. vermarktet; darüber hinaus jedoch kaum kommuniziert. Lediglich als touristischer Routenbestandteil (Eiszeitroute) sowie als Naturschutzgebiet mit Flora- und Faunavielfalt (Galenbecker See) taucht die Region bei weiteren Marketingträgern auf.

Die in der Region vorhandenen touristischen Akteure und touristische Angebote findet man oft nur auf Umwegen bzw. zufällig auf speziellen Themenwebseiten oder von den Akteuren individuell erstellten Seiten, wenn diese ihre Vermarktung selbst in die Hand nehmen. Vor allem die Akteure größerer Beherbergungsbetriebe wie das Park Hotel Schloss Rattey oder das Jagdschloss Kotelow sowie die Deutsche Wildtier Stiftung mit dem Wildtierland Gut Klepelshagen haben ihre eigenen Präsenzen in Form von Printmedien, Webseiten und Verlinkungen auf anderen Portalen<sup>60</sup>.

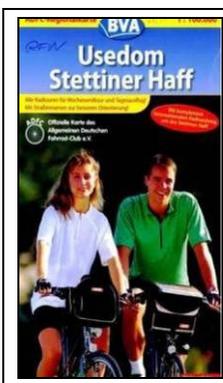
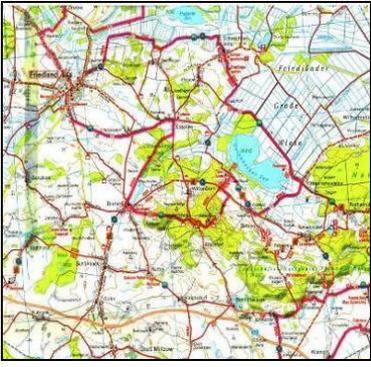
<sup>60</sup> Eine recht vollständige Zusammenstellung aller touristischen Akteure und Angebote liegt in Form des Urlaubskatalogs des Brohmer Berge e. V. vor (FREMDENERKEHRSVEREIN BROHMER BERGE E. V. (HRSG.; 2012).

Tabelle 17: Beispiele von Webseiten

Webseiten
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <a href="http://www.ostseeschloss.de">http://www.ostseeschloss.de</a> – Webseite Schloss Zinzow</li> <li>▪ <a href="http://www.gutshaeuser.de">http://www.gutshaeuser.de</a> – Webseite der Gutshäuser und Schlösser in Mecklenburg-Vorpommern (hier zu finden: die als Schlösser vermarkteten Gutshäuser Rattey, Kotelow und Zinzow und weitere)</li> <li>▪ <a href="http://www.wernecke-brohm.de">http://www.wernecke-brohm.de</a> (der einzige Campingplatz im eU-Raum)</li> </ul>

Kommunikation der Region als Rad- / Wanderregion mit touristischen Attraktionspunkten

Das Wegenetz bzw. die Darstellung als Rad- oder Wanderregion wird in einigen Regionalkarten sowie auf der Webseite des TV Vorpommern-Greifswald kommuniziert (siehe folgende Abbildung).

		<p>ADFC (HRSG.): Regionalkarte Usedom – Stettiner Haff</p>
		<p>FREMDENERKEHRSVEREIN BROHMER BERGE E. V. (HRSG.; 2012): Urlaub in den Brohmer und Helpter Bergen</p>
		<p>REGIONALER FREMDENERKEHRSVERBAND VORPOMMERN E. V. (2003): Erlebniskarte (<a href="http://www.vorpommern.de">www.vorpommern.de</a>)</p> <p>TOURISMUSVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN E. V. (Hrsg.): Interaktive Karte Mecklenburg-Vorpommern<sup>61</sup></p>

<sup>61</sup> [http://karte.auf-nach-mv.de/?utm\\_source=hauptseite&utm\\_medium=hauptnavigation&utm\\_content=navilink&utm\\_campaign=karte-mit-](http://karte.auf-nach-mv.de/?utm_source=hauptseite&utm_medium=hauptnavigation&utm_content=navilink&utm_campaign=karte-mit-)



Abbildung 21: Übersicht über Veröffentlichungen zum Wegenetz bzw. die Darstellung als Rad-, Wander- und Tourismusregion

### Kommunikation der Region in Publikationen

Die Region Galenbecker See wird bisher insbesondere aus naturschutzfachlicher Sicht beworben. Hierbei werden die drei im eU-Raum liegenden Naturschutzgebiete „Galenbecker See“, „Klepshagen“ sowie „Burgwall Rothemühl“ erwähnt. Unter dem Hauptmenüpunkt „Urlaub und Freizeit“ und dem Unterpunkt „Natur erleben“ werden in überregionalen Portalen wie dem Landesinformationsportal Mecklenburg-Vorpommern ([www.mecklenburg-vorpommern.eu](http://www.mecklenburg-vorpommern.eu)) entsprechende knappe Informationen zu Lage, Status und Bedeutung dargestellt.

Insbesondere Ornithologen und Naturinteressierte werden durch/ in Fachzeitschriften und Fachpublikationen angesprochen. Dies erfolgt jedoch weniger mit touristischem als vielmehr naturschutzfachlichen Absichten. Folgende Publikationen beinhalten die Region (nicht abschließend):

*Tabelle 18: Ausgewählte Publikationen zum Galenbecker See und den Brohmer Bergen (Auswahl)*

1.	Brohmer Berge: Eine Zeitreise. Von Friedland bis Strasburg - Woldegk bis Schwichtenberg. Wandern, Radeln, Natur erleben; Autoren: Zerwer, Herta; Zerwer, Werner, Köller, Carl L. & Hoyer, Erich; Verlag: Steffen, Friedland; gebundene Ausgabe ; 9. Oktober 2006
2.	Naturführer Landschaftsschutzgebiet Brohmer Berge mit NSG Galenbecker See und Friedländer Große Wiese; Autor.: Erich Hoyer, Verlag: Pro Natura MV; Auflage: o. A. (1992), 110 Seiten, viele Abb.
3.	Naturraumsanierung Galenbecker See; Hrsg.: Staatliches Amt für Umwelt und Natur Ueckermünde; 2007
4.	70 Jahre Naturschutzgebiet Galenbecker See; Hrsg.: Staatliches Amt für Umwelt und Natur Ueckermünde; 2009
5.	Adlerland Mecklenburg-Vorpommern; Autoren: Hauff, P.; Hoyer, E.; Spillner, W.; Hrsg.: Verlag Erich Hoyer; 2007
6.	See Im Landkreis Mecklenburg-Strelitz: Galenbecker See, Carwitzer See, Schmalzer Lutzen, Tal-sperre Brohm, Mirower See, Zansen, Woblitzsee; Taschenbuch, 204 Seiten, Verlag: Books Llc
7.	Naturschutzgebiet Im Landkreis Uecker-Randow: Galenbecker See, Naturschutzgebiet Altwarper Binnendünen, Neuwarper See und Riether Werder; Hrsg.: BucherGruppe, Taschenbuch, 60 Sei-ten, Verlag: Books Llc
8.	Baedeker Allianz Reiseführer Mecklenburg-Vorpommern; broschiert: 376 Seiten; Verlag: Baede-ker, Ostfildern; Auflage: 10., aktualisierte Auflage. (Juni 2011)
9.	Vögel beobachten in Ostdeutschland: Die besten Beobachtungsgebiete zwischen Rügen und Thüringer Wald; Autor: Wagner, Ch. & Ch. Moring; broschiert: 421 Seiten; Verlag: Kosmos (Franckh-Kosmos); Auflage: 1., Aufl. (April 2009) → Galenbecker See als Geheimtipp
10.	Die letzten Paradiесе: Das große Handbuch der deutschen Natur- und Nationalparks; verschied. Autoren, gebundene Ausgabe: 511 Seiten; Verlag: Bruckmann; Auflage: 1., Aufl. (Juli 2007)
11.	Die letzten Paradiесе Norddeutschlands: Der Wegweiser zu den Natur- und Nationalparks in Nie-dersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern; Autor: Wengel, T.; broschiert: 144 Seiten; Verlag: Bruckmann (16. September 2009)
12.	Renaturierungsmaßnahmen im Landkreis Uecker-Randow; Autoren: Erler, A. & J. Kowalczyk; Taschenbuch: 88 Seiten; Verlag: Grin Verlag; Auflage: 1. (Dezember 2010)
13.	Namen auf der Spur. Touristische Erkundungen von der Ostsee bis zum Thüringer Wald; Autor: von Berger; F. M.; broschiert: 160 Seiten; Verlag: Moewig; Auflage: 1 (3. April 2008)
14.	Wildschwäne über Uhlenhorst; Autor: Helmut Drechsler, Neumann Verlag, Radebeul, Jahr: 1954(?)/1966(?), 95 Seiten

## Fazit

Kommunikation & Vermarktung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gemeinsame Vermarktung der Region Brohmer &amp; Helpter Berge durch TV Brohmer Berge</li> <li>▪ Präsenz im Themenmarketing der regionalen TV Vorpommern-Greifswald &amp; landesweiten TV Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>▪ überregionale Bekanntheit der Region aus naturschutzfachlicher Sicht aufgrund zahlreicher naturkundlicher Publikationen</li> <li>▪ Vermarktung individueller (Naturerlebnis) Angebote wie Rad – und Wandertouren oder kulinarische Themen durch einzelne touristische Leistungsträger, z. B. Park Hotel Schloss Rattey und Jagdschloss Kotelow</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ intransparente, unübersichtliche Kommunikation der Angebote – u. a. → fehlendes Gastgeberverzeichnis für gesamte Region → lückenhaftes Info- &amp; Kartenmaterial</li> <li>▪ fehlende Online- Buchbarkeit</li> <li>▪ kaum Einbindung ins Themenmarketing des TV M-V, und + TV Vorpommern</li> <li>▪ keine Einbindung der Region durch TV Mecklenburgische Seenplatte</li> <li>▪ Service der Touristinformationen ausbaufähig, z. B. keine Besucher orientierten Öffnungszeiten</li> <li>▪ Kommunikation + Vernetzung der Leistungsanbieter nach innen ausbaufähig</li> <li>▪ Dachmarke / Logo / Slogan / Corporate Design nicht klar und einheitlich</li> <li>▪ Galenbeck-Name kein Imageträger für gemeinsame Vermarktung der Region - kein einheitliches Auftreten und Erscheinungsbild</li> <li>▪ keine Identifikation der Einwohner mit der Region Galenbeck als Tourismusdestination</li> <li>▪ fehlende Bekanntheit der Region bei Nicht-Einheimischen</li> <li>▪ fehlende Informationen auf den 1. Blick</li> <li>▪ Veranstaltungskalender mit allen relevanten Veranstaltungen und Aktivitäten der Region fehlt – Beispiel Tag der offenen Remise/ Gutshäuser nicht bekannt</li> <li>▪ Brohmer Berge e. V. als Hauptakteur entzieht sich aus der Fläche, konzentriert sich auf die Vermarktung einiger Leuchttürme</li> </ul>

## Herausforderungen

- Verstärkung der Zusammenarbeit der Akteure/Anbieter im eU-Raum und wU-Raum (z. B. Schwichtenberg, Torgelow, Rattey sowie gastronomischer Anbieter wie der Fischer in Heinrichswalde) – Zusatznutzen aus gemeinsamer Vermarktung als Tagesausflugsvariante / Schlechtwetteralternative
- verstärkte Einbindung ins Themenmarketing der regionalen und überregionalen Vermarktungsplattformen bzw. Marketingakteure sowie auf den Seiten der Ämter → Vermarktung von Themen hinausgehend über Naturschutz sowie Rad- und Wanderwege
- einheitliche Vermarktung unter einem Dach / Corporate Design

## 1.6 Akteursanalyse – Kommunikation und Vernetzung

Um die Region naturtouristisch zu entwickeln, ist eine kontinuierliche und effektive Kooperation aller in der und für die Region aktiven Akteure notwendig. Die Kommunikation und Zusammenarbeit der Akteure spielt für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung eine wichtige Rolle.

Die in Bezug zur Region Galenbecker See stehenden Akteure werden nochmals zusammenfassend aufgeführt sowie deren räumliche Handlungsebenen, Verflechtungen bzw. Kooperationen sowie evtl. Aktivitäten bezüglich naturtouristischer Entwicklung aufgezeigt. Nachstehend werden alle Akteursgruppen sowohl quantitativ als auch qualitativ bewertet. Eine Analyse der bestehenden Kooperationen / Netzwerke soll die Beurteilung des touristischen Potenzials ergänzen.



Abbildung 22: Darstellung von Akteursgruppen (eigene Darstellung)

Da es in der Region Galenbecker See um eine touristische Entwicklung unter Beachtung der naturschutzfachlichen Erfordernisse und Voraussetzungen geht, sind insbesondere die Naturschutzakteure mit deren Ansichten und Zielen in die Kommunikation einzubeziehen, um eine erfolgreiche touristische Entwicklung und damit regionale Strukturförderung ermöglichen zu können. Folgende Hauptakteursgruppen können für die Region definiert werden:

- **Tourismusmarketingorganisationen:** Hier agieren auf vertikaler Ebene die in Kapitel 1.5 beschriebenen Tourismusvereine: der überregionale Landestourismus-

verband Mecklenburg-Vorpommern, die regionalen TV Mecklenburgische Seenplatte und Vorpommern-Greifswald sowie der lokale TV Brohmer Berge e.V. in Strasburg und die Touristinformationsstellen in Friedland und Strasburg. Der lokale TV Brohmer Berge e.V. ist auf horizontaler Ebene alleiniger touristischer Marketingakteur und wird derzeit nach mündlichen Aussagen nur durch eine Person unterhalten.

Die den **eU-Raum** auf Seiten des LK MS umfassenden Ämter Friedland und Woldegk sind beim TV Brohmer Berge e. V. Mitglied und mit dessen Webseite verlinkt. Gleiches gilt für Strasburg. Ebenso sind hier Links zu den horizontal agierenden benachbarten Tourismusvereinen Uckermark, Stettiner Haff, Feldberger Seenlandschaft sowie dem überregionalen TV Vorpommern-Greifswald. Kein Link besteht hingegen zum überregionalen TV Mecklenburgische Seenplatte.

- **Touristische Leistungsträger:** Die horizontalen Beziehungen zwischen den einzelnen touristischen Anbietern können als sehr different eingeschätzt werden. Zu den Akteuren gehören Beherbergungs- und Gastronomieanbieter sowie Anbieter sonstiger touristischer Infrastruktur und Freizeitaktivitäten (Pferde- bzw. Reiterhöfe, Kunst- und Kulturanbieter). Auch Vertreter aus Landwirtschaft und Fischerei, Gewerbe und Zulieferer sind potenzielle touristische Leistungsträger. Einige sind gut vernetzt und vermarkten sich individuell auf verschiedenen Vermarktungsplattformen. Vor allem die großen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe wie das Park Hotel Schloss Rattey, das Jagdschloss Kotelow und der Campingplatz Starcamp am Stausee Cosa sowie die Akteure des Wildtierlandes Gut Klepelshagen der Deutschen Wildtier Stiftung und des im wU-Raum gelegenen Ukraniens Historische Werkstätten Torgelow, welche aktiv im touristischen Marketing und beispielsweise mit überregionalen Webseiten verlinkt sind, zeigen sich aufgeschlossen gegenüber Kooperationen und einer touristischen Inwertsetzung sowie Vernetzung der einzelnen Anbieter innerhalb der Region Galenbecker See. Die wenigen lokalen touristischen Akteure innerhalb des engeren und weiteren U-Raums sind kaum vernetzt und in touristischen Broschüren oder im Internet auffindbar. Kooperationen untereinander, sprich der Beherbergungsbetriebe, Kulturanbieter, Landwirte als Zulieferer regionaler Produkte (Fischerei in Heinrichswalde) sowie Freizeitakteure gibt es bisher kaum; das Engagement für zukünftige innovative Tourismusaktivitäten ist begrenzt.
- **Naturschutzakteure:** Da das Gebiet Galenbecker See rechtlich als Naturschutzgebiet fungiert, sind die Meinungen der Naturschutzakteure hinsichtlich einer touristischen Inwertsetzung eher pessimistisch geprägt. Es gibt aber positive Bestrebungen seitens des Vereins Jordsand, der sich zukünftig am Galenbecker See engagieren möchte, indem die ehemalige Naturschutzstation wieder betrieben

wird und touristische Aktivitäten in Form von Ausstellungen, Führungen und sonstigen Umweltbildungsaktivitäten angedacht sind.<sup>62</sup>

Überregional und potenziell für die touristische Inwertsetzung der Region Galenbecker See tätig und bedeutsam ist die Stiftung Umwelt- und Naturschutz mit Sitz in Schwerin, die geführte Touren in einzelnen Schutz- bzw. schützenswerten Gebieten anbietet, so auch am Galenbecker See.<sup>63</sup> Bisheriger Hauptakteur seitens der Region Brohmer Berge war die Deutsche Wildtier Stiftung mit Sitz in Hamburg mit ihrem „Naturerlebnisprojekt“ Wildtierland Gut Klepelshagen, die sich deutschlandweit dem Arten- und Lebensraumschutz für heimische Wildtier- und Pflanzenarten verschrieben hat.<sup>64</sup> Die Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung mit Sitz in Hamburg, die Zukunftsprojekte im Sinne der Agenda 21 in Hamburg und in Mecklenburg-Vorpommern fördert, ist aktuell nicht im U-Raum agierend, hat aber im benachbarten NP Stettiner Haff Fördermittel für touristische Infrastruktur bereit gestellt.<sup>65</sup>

Auf regionaler Ebene agieren im Bereich des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte der Naturschutzkreisverband NABU mit Sitz in Neustrelitz. Überregionaler Akteur ist ebenfalls der BUND mit Sitz in Neubrandenburg, der zum Beispiel umweltbildungsthematische Sommercamps für Kinder im Landschulheim Gehren unweit des Wildtierlandes Gut Klepelshagen anbietet.<sup>66</sup> Auf Seiten des Landkreises Vorpommern-Greifswald sind im wU-Raum folgende Akteure aktiv: der Förderverein Natur und Leben Am Stettiner Haff e. V., der Förderverein für Naturschutzarbeit Uecker-Randow-Region e. V.<sup>67</sup>, mit dem der Verein Jordsand schon längere Zeit kooperiert, sowie der Landschaftspflegeverband Region Odermündung e. V.<sup>68</sup>, der sich für den Erhalt der traditionellen Kulturlandschaft einsetzt. Es werden unter anderem geführte Touren durch Ranger und ehrenamtliche Naturparkführer angeboten, auch zum Galenbecker See.

- **Politische Akteure:** Auf Landkreisebene wird als vorrangiges Ziel die strukturelle Entwicklung und die Sicherung und Erweiterung der Arbeitsplätze in der Region gesehen. Aufgrund der naturräumlichen Lage des U-Raums in zwei, ehemals drei Landkreisen<sup>69</sup> und im Grenzbereich von zwei Bundesländern gestaltet sich eine Kooperation bezüglich touristischer Entwicklungen nicht unkompliziert und ist mit einem enormen organisatorischen und finanziellen Aufwand verbunden. Bezüglich

<sup>62</sup> Gespräch mit dem Vorsitzenden des Vereins Jordsand zum Schutz der Seevögel und der Natur Herrn Harder am 06.Juni 2012

<sup>63</sup> <http://www.stiftung-naturschutz-mv.de/>

<sup>64</sup> mehr unter <http://www.deutschewildtierstiftung.de/de/gut-klepelshagen>; Stand 07/2012

<sup>65</sup> mündliche Aussage Herr Elberskirch am 24.Juli 2012

<sup>66</sup> <http://www.bund-neubrandenburg.de/index.php?id=13.1>

<sup>67</sup> <http://www.naturschutz-uer.de>

<sup>68</sup> <http://www.lpv-odermuendung.de>

<sup>69</sup> ehemalige Landkreise Ostvorpommern und Uecker-Randow sind im LK Vorpommern-Greifswald (LK VG); Altkreis Mecklenburg-Strelitz im LK Mecklenburgische Seenplatte (LK MS) aufgegangen

der naturtouristischen Entwicklung insbesondere hinsichtlich Infrastrukturentwicklung ist das Amt für Wirtschaftsförderung zuständig. Bisherige Aktivitäten liefen jedoch vornehmlich auf Seite des jetzigen LK Vorpommern-Greifswald, weshalb deren Akteure auch zukünftig integriert werden sollten. Neben dem Amt für Wirtschaftsförderung und der IHK Neubrandenburg sind aufgrund der naturtouristischen Potenziale weitere wichtige Ansprechpartner die Forstämter Rothemühl/Torgelow und Neubrandenburg, die Förder- und Entwicklungsgesellschaft (FEG) Uecker-Randow sowie Bauämter.

Auf Gemeindeebene sollten alle Bürgermeister der im U-Raum anteilig liegenden Ämter Woldegk, Friedland, Torgelow-Ferdinandshof sowie Uecker-Randow-Tal einschließlich der amtsfreien Gemeinde Strasburg in die Kommunikation einbezogen werden, was bisher nicht erkennbar geschah. Sehr engagiert bezüglich einer touristischen Entwicklung der Region zeigen sich hingegen die Akteure der Gemeinden Galenbeck und Heinrichswalde mit deren Bürgermeistern und den Gemeindevertretern.

Unter naturschutzpolitischen Aspekten sind die Ansprechpartner die Unteren Naturschutzbehörden der jeweiligen Landkreise sowie das jeweilige Staatliche Amt für Landwirtschaft und Umwelt (StALU Vorpommern auf Seiten des LK VG sowie für den Galenbecker See, StALU Mecklenburgische Seenplatte für den LK MS).

- **Einheimische:** Die Einstellung und das Interesse bzw. die Aufgeschlossenheit der lokalen Bevölkerung gegenüber Touristen und einer touristischen Entwicklung ist noch zu hinterfragen. Bisherige Versuche, gemeinsame Vereine und „runde Tische“ zu etablieren, sind gescheitert. Die Einheimischen sind zukünftig jedoch unbedingt in die Planungen und Ideenfindungsprozesse einzubeziehen.

Insgesamt betrachtet sind die derzeitigen Kooperationen und Vernetzungen der für die bzw. in der Region Galenbecker See agierenden Akteure eher als begrenzt und auf jeden Fall ausbaufähig zu benennen. Dies ist unter anderem erklärbar durch die geringe Größe des Betrachtungsraums und die bisher geringe Bedeutung als Tourismusraum.

### Fazit

Akteure: Arbeit, Kommunikation & Vernetzung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bestrebungen einer Kooperation zwischen Naturschutzakteuren und touristischen Leistungsträgern zur Erarbeitung touristischer Angebote - Basis für Zusammenarbeit in der Region ist gegeben – erste positive Ergebnisse sichtbar</li> <li>▪ großes Engagement von Akteuren der Gemeinde Galenbeck</li> <li>▪ Einigkeit über Weg: Tourismus nur in der Balance zum Schutz der Natur zu entwickeln</li> <li>▪ Aktivitäten der Deutschen Wildtier Stiftung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kommunikation + Vernetzung der für den U-Raum relevanten Akteure aus allen Bereichen z.B. von Unterkünften (für Tourenradler), Kutschfahrten, Gastronomie etc. größtenteils mangelhaft – Akteure kennen sich nicht, haben zu wenig Kontakt zueinander und keine Netzwerke</li> <li>▪ Fehlen von Anbietern in wichtigen touristischen Bereichen (z. B. Naturführer)</li> <li>▪ fehlende Institutionalisierung bzw. fehlende professionelle Arbeit von Akteuren – verwirrende Zuständigkeiten durch Gebietsreform</li> </ul>

Akteure: Arbeit, Kommunikation & Vernetzung	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aktivitäten von zwei Naturschutzvereinen: Verein Jordsand Heinrichswalde, NABU</li> </ul>	<p>und neue Verwaltungsgrenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine gemeinsamen „runden Tische“ zum Ideenaustausch und zur Projektentwicklung</li> <li>▪ eher allgemeine Resignation in Bezug auf die Entwicklungsmöglichkeiten eines Naturtourismus und die Verbesserung der wirtschaftlichen Lage dadurch</li> <li>▪ Fehlen von Ansprechpartnern in den Orten zu Sehenswürdigkeiten, Geschichte, interessanten Ausflugsmöglichkeiten, Unterkünften, Einkaufsmöglichkeiten, Fahrrad-Service- oder Reparaturmöglichkeiten, Spielplätzen, weiteren touristischen Angeboten etc.</li> <li>▪ keine Kommunikation zwischen ornithologischen Organisationen (Dachverband: <a href="http://www.ornitho.de">www.ornitho.de</a>) und touristischen Vermarktern zum gegenseitigen Nutzen (Unterbringung Gäste → Verlinkung zu Gastgeberverzeichnis o. ä.)</li> <li>▪ fehlende finanzielle Mittel für Naturschutzhelfer/ ehrenamtliches Personal / Naturparkführer / effektive Arbeit zur Entwicklung von Naturtourismus → neue Förderperiode LEADER erst ab 2015</li> <li>▪ bürokratische Hürden: mangelnde Co-Finanzierung – zu hohe Eigenmittel der Antragsteller/ Leistungsträger behindern die Antragstellung und damit die Durchführung von touristischen Projekten und fehlende Unterstützung von Ämtern bei Förderanträgen</li> </ul>

Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verstärkung der Zusammenarbeit der Akteure/Anbieter im eU-Raum und wU-Raum (z. B. Schwichtenberg, Torgelow, Rattey sowie gastronomischer Anbieter wie der Fischer in Heinrichswalde) – Zusatznutzen aus gemeinsamer Vermarktung als Tagesausflugsvariante / Schlechtwetteralternative (s. a. Kap. 1.5)</li> <li>▪ Ausbau der Kooperationen zwischen den einzelnen Akteuren und gemeinsamer Auftritt, um besser Mittel akquirieren und größere Projekte realisieren zu können</li> <li>▪ Ausbau der Kooperation mit den den U-Raum tangierenden Tourismus- und Naturschutzakteuren des Naturparks Am Stettiner Haff</li> <li>▪ Einbeziehung der Einheimischen, um deren Einstellung und Identifikation mit der Region zu erfahren und sich darauf einstellen zu können</li> </ul>

## 1.7 Touristische Bedeutung der Region Galenbecker See

Die touristische Bedeutung der Region Galenbecker See in Konsens mit sanftem Naturtourismus erschließt sich zum einen anhand des Umfangs, der Kapazität, der Qualität sowie der Zielgruppenspezifik der einzelnen Objekte sowie touristischen Angebote bzw. der vorhandenen touristischen Infrastruktur inklusive Beherbergung sowie der Möglich-

keiten des Ausbaus der Potenziale und der Vernetzung. Grundsätzlich kann geschlussfolgert werden, dass mit zunehmender Attraktivität der touristischen Angebote das Nachfragepotenzial innerhalb verschiedener Einzugsradien zunimmt. Die vorhergehenden Analysen haben gezeigt, dass die vorhandenen Angebote in ihrer derzeitigen Qualität und Quantität kaum überregionale Attraktivität ausstrahlen und somit auch nicht das Potenzial zur Generierung von Gästen aus dem weiteren Umfeld besitzen.

Zum anderen sind die Nachfragepotenziale im eU-Raum auf Gemeindeebene sowie aus dem Einzugsbereich von 60 km in die Betrachtung einzubeziehen (siehe 1.4.1). Die Region um den Galenbecker See ist gekennzeichnet durch eine relativ schwache Wirtschaftskraft und hohe Arbeitslosigkeit<sup>70</sup>. Das touristische Geschehen konzentriert sich überwiegend auf die direkten Küstenregionen Mecklenburg-Vorpommerns. Da bisher kaum als touristisch relevantes Gebiet betrachtet und mit keinen größeren touristischen Orten sowie touristisch relevanten Objekten im U-Raum ausgestattet, fehlen offizielle statistische Auswertungen und Verzeichnisse, insbesondere zur Anzahl und Auslastung der Übernachtungsbetriebe und der Gästezahlen allgemein, aber auch zur Analyse der Zielgruppenstruktur. Die Mehrzahl der Unterkünfte ist dem sogenannten, in keiner Statistik erwähnten, „grauen Beherbergungsmarkt“ (Unterkünfte unter 9 Betten) zuzurechnen.

Folgende Übersicht verdeutlicht das touristische Potenzial der Region, das sich aus den Betten- und daraus resultierenden potenziellen Übernachtungszahlen ergibt. Hierbei wurden die recherchierbaren Unterkünfte bzw. deren Bettenanzahl jeweils für den eU-Raum, den wU-Raum sowie den Einzugsbereich im 60 km-Radius zusammengerechnet<sup>71</sup>.

*Tabelle 19: Potenzielle Übernachtungen im U-Raum & Einzugsbereich Galenbecker See*

(Quelle: eigene Berechnung aus Gastgeberverzeichnissen und Internetseiten)

Betrachtungsraum	Anzahl der Betten (insgesamt)	Anzahl der Übernachtungen (insgesamt)
Engerer Untersuchungsraum	254	39.150
Weiterer Untersuchungsraum	272	33.848
Einzugsbereich im 60 km-Radius	4.741	638.068
<b>Summe</b>	<b>3.856</b>	<b>555.626</b>

Die in 1.4.4 aufgezeigten Übernachtungsangebote und Gästeübernachtungen im engeren und weiteren U-Raum sind vergleichsweise gering. Hinzu kommen jedoch die potenziellen Übernachtungsgäste aus dem 60 km-Umkreis, die als Tagesausflugsbesucher der

<sup>70</sup> Arbeitslosenquote insgesamt für August 2012: LK MS 13,0 % und LK VG 12,4 % im Vergleich zu Gesamtdeutschland: Arbeitslosenquote insgesamt für August 2012: 6,8 % ([http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur-Nav.html?year\\_month=201208](http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur-Nav.html?year_month=201208), Abruf 10.09.2012 bzw. 07.12.2012)

<sup>71</sup> Die Anzahl der potenziellen Übernachtungen (Jahr) ergibt sich aus der Summe der Bettenanzahl x 365 Tage (Bettenkapazität) x Auslastung / Jahr in %. Da es keine offiziellen statistischen Auslastungszahlen für den U-Raum gibt, wurden bei der Berechnung die in der amtlichen Statistik für Mecklenburg-Vorpommern genannten durchschnittlichen Auslastungszahlen der einzelnen Unterkunftsarten zugrunde gelegt.

Region Galenbeck aus den Quellgebieten Anklam, Ueckermünde, Pasewalk, Prenzlau und Neubrandenburg sowie insbesondere den Naturparks „Am Stettiner Haff“ und „Feldberger Seenlandschaft“ anreisen. Hier ergibt sich aufgrund der weitaus größeren Anzahl der Übernachtungsmöglichkeiten und resultierenden Übernachtungszahlen ein weitaus größeres Potenzial (siehe unten stehende Abbildungen).

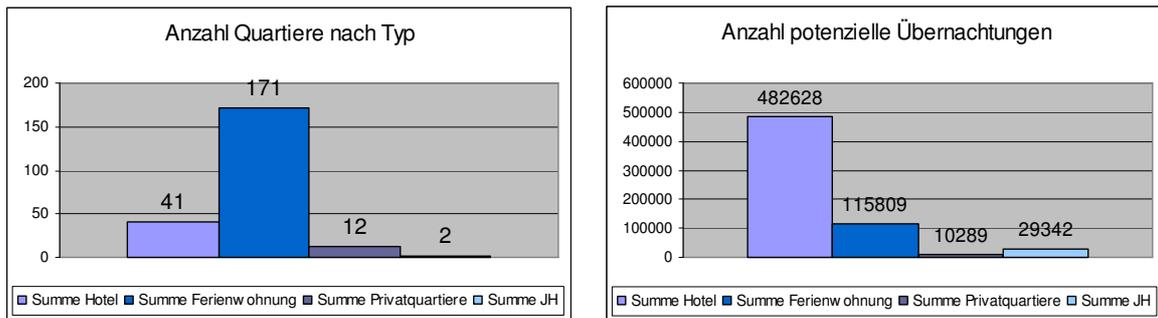


Abbildung 23: Anzahl der Unterkunftsbetriebe und potenzielle Anzahl der Übernachtungen nach Unterkunftsart im Einzugsbereich von 60 km

(Quelle: Eigene Darstellung aus Angaben in Gastgeberverzeichnissen bzw. im Internet, 2012)

Weitere kritisch zu bewertende Faktoren, die neben den potenziellen Übernachtungstouristen im U-Raum sowie Tagesausflüglern aus dem Einzugsbereich einen bedeutenden Einfluss auf die Besucherzahlen haben, sind ebenso das Wetter, die allgemeine Konjunkturlage, Trends, das Marketing der vorhandenen Angebote und das Image bzw. der Bekanntheitsgrad der Region.

Übernachtungs- und Tagesgäste tragen nicht nur aufgrund ihrer Anzahl, sondern auch wegen der Einnahmen, die sie bei Übernachtungen und Verpflegung generieren, zur größeren Wertschöpfung für die Region bei. So liegen die durchschnittlichen Ausgaben der Tagesgäste bei 28,50 Euro, wobei sich diese Ausgaben auf die Segmente Gastronomie, Einzelhandel, touristische Angebote/Einrichtungen sowie regionale Verkehrsmittel verteilen<sup>72</sup>. Den Gästen der Region Galenbeck fehlt es jedoch momentan an Möglichkeiten, Angebote wahrzunehmen und Geld in der Region auszugeben. Soll der Tagestourismus entwickelt werden, muss über den Zusatznutzen für die Region nachgedacht werden (z. B. touristische Infrastruktur dort entwickeln, wo auch Leistungsträger ansässig sind).

Den potenziellen Übernachtungszahlen stehen hingegen die tatsächlich generierten gegenüber. Die Auslastungszahlen in den Beherbergungsbetrieben und auf den Campingplätzen sind im Durchschnitt sehr niedrig<sup>73</sup>, einhergehend mit einem Mangel an Qua-

<sup>72</sup> DWIF (2006): Tagesreisen der Deutschen, Teil III

<sup>73</sup> Laut offizieller Landesstatistik für Mecklenburg-Vorpommern (2011) und Tourismusbarometer (Jahresbericht 2000: Untersuchung zum grauen Beherbergungsmarkt) liegt die Bettenauslastung für alle Unterkunftsarten bei rund 28 %.

lität und Service, dass sie bei vielen Betrieben unterhalb der wirtschaftlichen Grenze liegen. Einige Anbieter in der Region betreiben ihre Unterkünfte im Nebenerwerb<sup>74</sup>.

Nur über eine qualitative Verbesserung, Vernetzung und transparente Kommunikation der Angebote sowie über eine Erhöhung des Erlebniswertes der Naturpotenziale kann die touristische Bedeutung der Region Galenbeck gesteigert werden.

---

<sup>74</sup> Auskunft des Campingplatz- und Ferienwohnungsbetreibers „Starcamp“ in Cosa, Ortsteil Friedland, am 28.04.2012.

## 2 Umfeld- und Marktanalyse

### 2.1 Potenziale vorhandener Angebote und Synergieeffekte mit Nachbarregionen

Die Ergebnisse der dargestellten Bestandsanalyse verdeutlichen die Potenziale der Region Galenbecker See zum Aufbau eines naturnahen Tourismus. Die Präsenz naturnaher Gebiete mit attraktiver Naturraumausstattung ist dabei natürlich ausschlaggebend, darunter eine abwechslungsreiche Landschaft, unberührte Natur, die Vielfalt von Flora und Fauna sowie eine erlebbare Ruhe und Einsamkeit.

Die Region verfügt über die typischen Sehenswürdigkeiten ländlicher Regionen und nur wenige Leuchttürme mit überregionalem Attraktionspotenzial. Dazu gehören die Schlösser und Gutshäuser mit ihren Landschaftsparks und Gärten. Eine Erhöhung der Anziehungskraft der Region und ihrer Sehenswürdigkeiten ist nur über deren Vernetzung durch die touristischen Wegesysteme und thematische Routen (geeignete Routen z. B. Moor, Vögel, Hirsche etc.) möglich. Das große Potenzial der Region Galenbecker See liegt in der Möglichkeit aktive Erholung und Entspannung zu erfahren in einer Landschaft mit z. T. urwüchsiger Natur, vielfältigen Naturerlebnissen, wie sie anderswo zur Seltenheit geworden sind, erdgeschichtlichen Zeugnissen und einer Kulturlandschaft, die mit Weite sowie historischen Zeugnissen, baulichen und technischen Denkmälern, Gutshäusern und Schlössern aufwarten kann. Die Sehenswürdigkeiten wirken dabei als besondere Reize entlang der Strecke und sind eine willkommene Gelegenheit zu Rast und Bildungserlebnis. Darüber hinaus bietet die Region mit jahreszeitlichen Besonderheiten landschaftliche Reize auch außerhalb der Saison (Frühjahr z. B. mit Beobachtungen von botanischen und faunistischen Raritäten (Moorfrosch etc.), Herbst z. B. mit Rastgeschehen, Brunft).

Gelingt es, die in der Bestandsanalyse beschriebenen Defizite abzubauen, hat die Region Galenbecker See das Potenzial, eine dauerhaft positive Entwicklung einzuleiten und sich im Naturtourismus erfolgreich zu positionieren. Pluspunkte sind, wie bereits benannt, neben der hervorragenden natur- und landschaftsräumlichen Ausstattung (mit bedeutenden Rastgebieten an den Seen) vor allem die geringe Zersiedelung der Landschaft mit historisch gewachsenen Ortskernen sowie einer großen Vielzahl an kulturhistorisch bedeutsamen Ensembles und das existierende Wander- und Radwegenetz mit seinen Themenrouten.

Ausschlaggebend für die Inwertsetzung der Potenziale sind zukünftig:

- Qualitätserhöhung und Ausbau der natur-/ökotouristischen Angebote
  - Infrastruktur
  - Informations- und Dienstleistungsbereich
  - Pauschalen und Kombinationsangebote

- Bessere Vermarktung zur Erhöhung der Nachfrage
  - Erlebnischarakter naturtouristischer Angebote
  - Pauschalen und Kombinationsangebote, z. B. Rad und Kutsche
  - Einbindung in das Themenmarketing der Tourismusverbände Mecklenburgische Seenplatte und Vorpommern
- Intensivierung der Kommunikation/ Kooperation aller Akteure aus Tourismus, Naturschutz und Verwaltung
- Lenkung der Besucherströme und Verständigung zu Kapazitätsgrenzen in den Schutzgebieten

## 2.2 Die Zielgruppen im Naturtourismus

Der Naturtourismus ist im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern ein aktuelles Thema, stehen doch nahezu alle Urlaubsformen des Landes in einem sehr engen Bezug zur Natur. Natur bildet das übergreifende Rahmenthema für fast alle touristischen Bereiche in MV.

Der Begriff "**Naturtourismus**" ist ein weit gefasster Begriff, mit dessen Definition und Weiterentwicklung sich in den vergangenen Jahren zahlreiche Analysen beschäftigt haben. Im Wesentlichen bezieht er sich auf die ungebrochene Attraktivität unberührter Natur und naturnaher Landschaft auf den Reisenden bzw. auf jedwede Form des Tourismus, die v.a. von der natürlichen Umwelt als Attraktion abhängt. Die Natur bietet die Kulisse für eine Vielzahl touristischer und sportlicher Aktivitäten, darunter Schwimmen, Rad fahren, Klettern oder auch Expeditions- und Abenteuer-tourismus. Negative größere Auswirkungen auf die lokale Natur und Kultur können dabei nicht immer vermieden werden, denn ein Schutz- bzw. Erhaltungsziel ist nicht zwangsläufig gegeben. Hier ist es notwendig in der Ausgestaltung der touristischen Entwicklung vor Ort entsprechende Grundlagen und Ziele zu vereinbaren. Als praktische Umsetzung eines besonderen ökologischen Leitziel stellt sich hier der Ökotourismus bzw. naturnaher Tourismus dar. Als grundlegende Ziele in der Entwicklung des nachhaltigen Tourismus lassen sich folgende Eckpunkte darstellen:

- Schutz und Entwicklung des natürlichen und kulturellen Erbes
- Gewährleistung hoher Gästezufriedenheit
- Verbesserung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung
- Wirtschaftliche Stärkung der jeweiligen Region

Eine detailliertere Auslegung des Begriffes „Naturtourismus“ hat beispielsweise das Land Brandenburg in seinem Themenmarketing vollzogen. Die Grundlagen sind nachfolgender Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 20: Naturtourismus Brandenburg – eine definitorische Eingrenzung<sup>75</sup>

mit dem Naturtourismus verbundene Segmente „Natur als Angebotsbaustein, Kombinations- angebot“ (anlagebezogen)	Naturtourismus (im engeren Sinne) Naturerlebnis in Schutzgebieten steht im Vordergrund				naturbezogener Tourismus im weiteren Sinne „Aktivität steht im Vordergrund“ (Natur als Kulisse)
	Natur + Lernen	Natur + Essen „Naturgenuss“	Natur- beobachtung	Aktiv in der Natur	
	Infrastrukturbezogen		Landschaftsbezogen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Besuch von Zoos</li> <li>▪ Gesundheit und Wellness in der natur (z.B. Kneipp- anwendungen)</li> <li>▪ Golftourismus</li> <li>▪ Kulturveranstaltungen in der Natur (Konzerte etc.)</li> <li>▪ Naturkundliche Museen</li> <li>▪ Campingtourismus</li> <li>▪ Sportveranstaltungen in der Natur (Marathon z.B.)</li> <li>▪ Skaten</li> <li>▪ Gartentourismus (Gärten + Parks)</li> <li>▪ Urlaub auf dem Bauernhof / auf dem Lande</li> <li>▪ Kulturgeschichte / Landnutzungsgeschichte (Natur + Kultur)</li> <li>▪ Forst-/ Landwirtschaftsmuseen</li> <li>▪ Geoparks / Geowege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Besuch von Wildtiergehegen</li> <li>▪ Besuch von Informations- und Umweltbildungszentren der Schutzgebiete</li> <li>▪ Naturlehrpfade</li> <li>▪ Naturprodukte genießen, Di- rektvermarkter</li> <li>▪ Geowege</li> <li>▪ Moor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vogelbeobachtung</li> <li>▪ Naturbeobachtung</li> <li>▪ Aktives Naturerleben als</li> <li>▪ Wanderer / Nordic Walker</li> <li>▪ Radfahrer</li> <li>▪ Reiter (Wanderreiter)</li> <li>▪ Kanuwanderer</li> <li>▪ Langläufer</li> <li>▪ Taucher</li> <li>▪ Aktive Landschaftspflege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Natursportaktivitäten</li> <li>▪ Wandern</li> <li>▪ Rad fahren /-wandern</li> <li>▪ Reittourismus</li> <li>▪ Kanu fahren / -wandern</li> <li>▪ Rudern</li> <li>▪ Segeln, Surfen</li> <li>▪ Nordic Walking</li> <li>▪ Schwimmen</li> <li>▪ Tauchen</li> <li>▪ Luftsport (Ballon fahren)</li> <li>▪ Spazieren gehen</li> <li>▪ Angeltourismus</li> <li>▪ Jagdtourismus</li> </ul>		
<p>Naturtourismus: touristisches Angebot , in dem das Naturerlebnis stets im Mittelpunkt steht</p> <p>Gebietskulisse: nationale Naturlandschaften sowie zusätzliche geeignete Gebiete</p>					

<sup>75</sup> in Anlehnung nach REIN, H. (2007): Entwicklung des Themenschwerpunktes Naturtourismus für das Land Brandenburg.

Auch im Untersuchungsraum Galenbecker See ist das Potenzial für die Entwicklung eines nachhaltigen Naturtourismus aufgrund seiner optimalen Lage zwischen den zwei Großschutzgebieten Naturpark „Am Stettiner Haff“ und Naturpark „Feldberger Seenlandschaft“ gegeben. Große Teile der Region sind zudem ausgewiesene Schutzgebiete. Um dieses Potenzial ausschöpfen zu können und eine wettbewerbsfähige touristische Angebotsgestaltung zu gewährleisten, spielt die Auswahl der richtigen Zielgruppen eine gewichtige Rolle – die Kenntnis über ihre Bedürfnisse und Wünsche ist die sicherste Grundlage, um buchbare Produkte zu entwickeln, die exakt auf die Nachfrage abgestimmt sind und damit potenzielle Gäste auf die Region aufmerksam machen.

Die Region Galenbecker See ist gegenwärtig v. a. bei Ornithologen als besonderes Vogelschutzgebiet überregional bekannt. Relevant sind darüber hinaus insbesondere die Natur- und Aktivurlauber, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.

Die Natur- und Outdoorurlauber aber auch Aktivurlauber zeigen ein starkes Interesse an Urlaubsreisen nach Mecklenburg-Vorpommern, weshalb sie auch eine wichtige Zielgruppe des Landestourismusverbandes sind, der sein Marketing entsprechend darauf ausrichtet. Allgemein sind diese Touristen offen für ökologische und soziale Fragen, und sind somit ansprechbar für einen verträglicheren Tourismus. Außerdem machen die beiden Zielgruppen Urlaub in der Vor- und Nachsaison, was eine gleichmäßigere Auslastung der Infrastruktur bedeutet.

Die einheitliche Beschreibung des Naturtouristen ist nicht möglich, zu unterschiedlich sind die Ausprägungen in Bezug auf Herkunft, Familienstruktur und Lebensstil. Aber ausgeprägte Merkmale wurden durch den Studienkreis für Tourismus und Entwicklung 2005 zusammengetragen:

#### **Die typischen an Naturerlebnissen interessierten Gäste (DTV 2005)**

- sind eher älter als jünger; v. a. Familien und ältere Paare
- v. a. ab 30-jährige beziehen in Auswahl des Reiseziel auch Naturfaktor ein
- sind an Landschaft, Kultur, Bildung und Menschen interessiert
- sind aufgeschlossen und wollen etwas lernen / Neues kennenlernen
- sind eher durchschnittliche Touristen und brauchen keinen Luxus
- wollen etwas für ihre Gesundheit tun / suchen ein gesundes Klima
- möchten Zeit füreinander haben
- besuchen gern Naturattraktionen, Natur- und Nationalparke
- wandern und radeln gerne /offen für leichte sportliche Aktivitäten
- unternehmen gern Ausflüge und sind abenteuerlustig
- organisieren ihre Reise selbst
- wollen nachhaltig reisen und meiden Massentourismus
- verbringen ihren Urlaub bevorzugt in D (BY, SH, MV, NI)

Nach einer Zielgruppenanalyse des Forschungsprojektes INVENT<sup>76</sup> gehören 14 % der Deutschen zu den **Natur- und Outdoor-Urlaubern**. In Mecklenburg-Vorpommern sind sie aufgrund der reichhaltigen Naturlandschaft überdurchschnittlich vertreten. Der Naturtourismus ist hier einer der strategischen Entwicklungsmärkte.

Die Kundenstruktur der **Natur- und Outdoorurlauber** wird in der INVENT-Studie<sup>76</sup> wie folgt zusammengefasst:

- leichter Trend zu mittleren und jüngeren Altersgruppen
- mittlere bis höhere Einkommen
- leben überdurchschnittlich oft in Drei- und Vierpersonenhaushalten
- die meisten haben einen mittleren oder höheren Schulabschluss und sind berufstätig
- viele verfügen über höhere Einkommen

### Natur- und Outdoorurlauber

**Lebensstilmerkmale** der Natur- und Outdoorurlauber:

- „Informations- und Kommunikationstechnologien sind selbstverständlicher Bestandteil des Alltags
- zugleich erlebnis- und familienorientiert
- Kulturelles Interesse und soziales Engagement
- starkes Verantwortungsbewusstsein für sich selbst und die Familie
- Sensibilität gegenüber sozialen Fragen
- Interesse an Zustand von Natur und Umwelt sowie Nachhaltigkeit
- neues Ökologieverständnis: Genuss einer möglichst intakten und gesunden Umwelt, Nutzung dieser für eigene Aktivitäten
- über ein Drittel macht mehr als einmal im Jahr einen längeren Urlaub<sup>76</sup>

**Motive und Ansprüche** an den Urlaub der Natur- und Outdoorurlauber:

- „Zielgruppe für „bewusstes“ Reisen: unbelastete Umwelt wird als Voraussetzung für persönlichen Naturgenuss, Wohlbefinden und gesunde Ernährung gesehen
- Suche nach authentischen Erlebnissen in möglichst unberührter Natur
- Bereitschaft, dafür mehr Geld auszugeben
- meist gemäßigte Formen des Reisens: Wandern, Fahrradtouren, Ausflüge
- Nebeneinander von Erholen und Genießen in qualitativ hochwertiger Umgebung sowie dem Aktivsein<sup>76</sup>

**Anforderungen** der Natur- und Outdoorurlauber an touristische Angebote:

- „Unterbringung eher in individuellen Hotels, vorzugsweise in regional-typischer Bauweise, ggf. mit guten ökologischen Standards
- regionale, gesunde Küche
- Angebote zu „Health & Wellness“
- vernetzte Angebote: Fahrradtouren, Wanderungen etc.
- Anreise mit der Bahn, wenn Mobilität vor Ort gesichert ist
- Zielgruppe für modernen Eco-Tourismus: Ökologie als Teil eines attraktiven Urlaubsangebotes und Voraussetzung für Naturgenuss<sup>76</sup>

<sup>76</sup> INVENT-Tourismus: Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt – Forschungsprojekt / [www.invent-tourismus.de](http://www.invent-tourismus.de)

Diese Zielgruppe ist also sehr sensibel in Umweltfragen, besitzt ein ausgeprägtes Bewusstsein für gesunde Ernährung und sucht authentische Erlebnisse in intakter Natur.

Die **Ornithologen** oder etwas weitergefasst die **Naturbeobachter** sind eine kleine Nischenzielgruppe im Naturtourismus; die jedoch in der Region Galenbecker See eine wichtige Zielgruppe darstellen.



(Quelle: Pixelio)

Die Zahlen, wie viele Ornithologen weltweit ihrem Hobby nachgehen, schwanken heute zwischen 60 – 100 Mio. Als sicher gilt, dass sie den Austausch mit Interessierten suchen und vielfach wichtige Beobachtungen dokumentieren und kommunizieren. Nachweislich sind es jedoch auch vereinzelt Ornithologen selbst, die vorsätzlich Brutplätze aufsuchen, um gute Aufnahmen zu machen und damit äußerst sensible Bereiche u. U. nachhaltig stören. Selbst auferlegte Vorgaben zur Rücksichtnahme auf Leben und Schutz der Vögel haben höchste Priorität und werden regelmäßig von Ornithologenvereinigungen und Naturschutzverbänden kommuniziert.

Einzelne Schutzgebiete haben in den vergangenen Jahren eigene Untersuchungen durchgeführt, die den Fokus i. W. auf die Kranichbeobachtung legten. So z. B. am Schwedischen Hornborga-See, der nach 150jähriger Trockenlegung Mitte der 1990er Jahre erfolgreich renaturiert wurde. Der See ist heute der wichtigste Rastplatz Skandinaviens. Eine Gästebefragung aus dem Jahr 2005 erbrachte folgende Erkenntnisse<sup>77</sup>:

- Gäste waren ca. 48 Jahre alt, geringer Anteil Jugendlicher
- Ø Gruppengröße: ca. 3,1 Personen (zumeist: 2, 3 oder 4 Erwachsene)
- 70 % reisten zusammen mit anderen Erwachsenen; deutlich geringerer Anteil mit 1 oder mehreren Kindern
- hoher Anteil an Touristen (83 %)
- ca. 1/3 Erstbesucher des Schauspiels „Kranich-Tanz“
- unterschiedlich großes Interesse an Vögeln im Allgemeinen
- Vogelinteressierte eher interessiert am Besuch ähnlicher Ziele

<sup>77</sup> The Swedish Research Institute for Tourism (2005): The Crane Dance at Hornborga Lake. – verfügbar unter: [http://www3.lansstyrelsen.se/NR/rdonlyres/8F16EB83-A0C9-441B-A807-4E0ED594F6B1/0/rapport\\_hornborga2005\\_eng.pdf](http://www3.lansstyrelsen.se/NR/rdonlyres/8F16EB83-A0C9-441B-A807-4E0ED594F6B1/0/rapport_hornborga2005_eng.pdf)

- Übernachtung: 40% bei Familie oder Freunden, 30% in Hotels, Jugendherbergen & auf Campingplätzen
- genutzte Informationsquelle: Mund-zu-Mund-Propaganda, Tipps von Freunden, Zeitschriften / TV
- mehr als 2/3 begeistert vom Kranich-Tanz (Anzahl und Vielfalt der Vögel, Chance nah genug an die Vögel heranzukommen)

Ein spezielles Segment der Naturtouristen ist das der **Radtouristen**. Auch bei ihnen stehen Naturgenuss und Erholung im Vordergrund. Das bedeutet insbesondere, dass sich die meisten Radtouristen auf das sog. „Genussradeln“ verlegen statt Strecke zu machen. Tourenradler, die lange Tagesetappen zurücklegen, sind eher ein Nischensegment. Nach Angaben des Tourismusverbands Deutschland können folgende Ansprüche und Motive ausgemacht werden, die sich mit denen der Natur- und Outdoorurlauber weitest gehend decken:

#### Radtouristen

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <b>Motive:</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aktivität</li> <li>▪ Abwechslung</li> <li>▪ Bewegung und Sport an der frischen Luft</li> <li>▪ Kennenlernen der Region</li> </ul>  |
| <b>Ansprüche:</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ abwechslungsreiche, gepflegte Kulturlandschaft</li> <li>▪ übersichtliches Wegesystem</li> <li>▪ Gütekriterium: umweltfreundliche Urlaubsangebote</li> <li>▪ Komfortunterkünfte</li> <li>▪ authentisches Essen und Trinken von hoher Qualität</li> <li>▪ Radreisen sind Qualitätsreisen</li> </ul>          |
| <b>Kundenstruktur<sup>78</sup>:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mehr als die Hälfte der Radurlauber sind älter als 46 Jahre; ca. 1/5 der männlichen Radurlauber sind älter als 65 Jahre</li> <li>▪ Haushaltseinkommen bei mehr als 1/3 über 3.000 €</li> <li>▪ deutsche Radurlauber radelten 2011 v. a. auf deutschen Routen</li> <li>▪ vorwiegend Genussradler</li> </ul> |



(Quelle: Pixelio)

<sup>78</sup> ADFC: Radreiseanalyse 2011/ 2012.

Ebenso zählen die **Wanderer** zu den naturinteressierten Zielgruppen. Das Wandern ist heute eine der wichtigsten Aktivitäten Europäischer Touristen im Urlaub. Allein in Deutschland wandern 34 Mio. Deutsche in ihrer Freizeit und im Urlaub, v. a. die Generation 50plus – zunehmend jedoch auch jüngere Altersgruppen.<sup>79</sup>

## Wanderer

### Lebensstilmerkmale der Wanderer:

- im Durchschnitt 48 Jahre alt, ausgeglichenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen
- überzeugte Wanderer zählen v. a. zu mittleren und oberen Gesellschaftsschichten
- Trend zu höherer Bildung
- geben im Durchschnitt 3 € pro Wander-Kilometer für ihr Hobby aus
- wandern v. a. mit Partner oder Freunden (71 %); allein (10 %)
- Wanderzeit: Mai-Oktober (Hauptzeit: September und Oktober)
- Großteil wandert auf eigene Faust ausgestattet mit Karte & Reiseführer sowie Tipps von Freunden / Informationen aus Internetrecherche

### Motive:

- Erleben unversehrter und geschützter Landschaft, aber mäßiges Interesse an Flora und Fauna
- Gesundheitsbewusstsein & körperliches Wohlbefinden
- Einkehr unterwegs ist ein zunehmend wichtiges Element beim Wandern
- Alltagshektik entfliehen

### Anforderungen und Ansprüche der Wanderer an touristische Angebote und Infrastruktur:

- nutzerfreundliche Wanderwegebeschilderung und Wanderkarten als zentraler Kundenservice und sensibles Infrastrukturelement
- gute Wanderwege mit der Möglichkeit, eine Vielzahl von Erlebnissen und neuen Eindrücken zu sammeln (Abwechslungsreichtum der Wege) sowie mit der Möglichkeit, einzukehren und Rast zu halten
- begrenzter Asphaltanteil der Wanderwege
- besondere und abenteuerliche Naturszenarien einbinden
- wanderfreundliche Infrastruktur z. B. Papierkörbe und Toiletten
- unternehmen v. a. Tagestouren und Rundtouren (Ø 16 km), Mehrtagestouren sind eher die Ausnahme
- hohe Akzeptanz qualitätsorientierter Spitzenwanderwege
- Wandertouren wichtiger als Unterkünfte bei der Urlaubsplanung
- hohe Neigung zu Parallelsportarten wie Radfahren und Schwimmen sowie Sauna
- zwischen Wanderungen Nachfrage nach zusätzlichen Angebote wie Besichtigungen, Ausflüge und Stadtbummel (auch als Schlechtwettervarianten)
- Verknüpfung von landschaftlichen und kulinarischen Genüssen haben eine wachsende Nachfrage



<sup>79</sup> Wanderbares Deutschland unter [www.wanderbares-deutschland.de](http://www.wanderbares-deutschland.de); Profilstudie Wandern 05/06

### 2.3 Allgemeine Trends und Nachfrageverhalten

Die Planung der zukünftigen Tourismusentwicklung ist ein kontinuierlicher Prozess. Im Rahmen seines Verlaufs wird nicht nur eine wünschenswerte Zukunft gewählt – auf Basis einer zuvor ausgeführten, umfassenden Analyse lokal existierender Angebote und Besonderheiten. Zugleich müssen auch die Rahmenbedingungen und allgemeinen Trends im touristischen Angebot und die Nachfrage von Zielgruppen in die strategische Betrachtung einbezogen werden. Nur so lassen sich realistische, regionspezifische Ziele bzw. darauf aufbauende Strategien und Maßnahmen konkretisieren bzw. formulieren.

Die Tourismusbranche ist einer der wichtigsten Zukunftsmärkte weltweit; sie unterliegt jedoch eng gekoppelt an die gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Umbrüche der Zeit einem steten Wandel. Die ursprünglichen Formen werden sich nach und nach überholen und das klassische Modell „Ferien“ ablösen. Der Erfolg der regionalen Tourismusplanung hängt entscheidend davon ab, wie anpassungsfähig alle involvierten Akteure sind und auf prognostizierte Trends sowie die Nachfrageentwicklung reagieren. Die wichtigsten Thesen im Reiseverhalten<sup>80</sup> werden nachfolgend in Kürze dargestellt:

#### Natur wird nachgefragt - aber nicht nur um ihrer selbst Willen

- Wunsch nach Erholung in weitgehend unberührter Natur als Kontrast zum Alltag
- Entscheidungskriterien bei der Wahl der Urlaubsdestination [in %]
 

preiswert	51,8	bietet Spaß und Vergnügen	47,5
unberührte Natur	49,5	wenig Umweltverschmutzung	42,7
Ruhe/Abgeschiedenheit	49,2	viele Wanderwege	40,7
- ausgeprägter Wunsch nach Erlebnis im Urlaub, insbesondere im Natururlaub
- Suche nach neuen Erfahrungen begünstigt Verlangen nach tiefer gehenden Erlebnissen
- Nischenprodukte rücken in den Fokus sowie schnell erreichbare Reiseziele

#### Ältere Menschen und mehr Individualreisende

- differenzierte Tourismuskmärkte durch neue Nachfrage und innovative Angebote
- vermehrt reifere und erfahrene Reisende und voraussichtlich weniger Familien mit Kindern, aber wachsende Bedeutung von gemeinsam reisenden Erwachsenen
- kurz- und mittelfristiges Wachstum älterer Bevölkerungsgruppen in Europa: über 50jährige mit guter Gesundheit; profitieren noch von vorzeitigen und besser finanzierten Rentensystemen

<sup>80</sup> vgl. ADAC REISE-MONITOR (2012), Leitfaden für Naturtourismus

- Herausforderungen für Anbieter: 50plus sind reiseerfahren und aktiv, wissen was sie für ihr Geld erwarten können und suchen das Erlebnis und den Genuss

### Öfter und kürzer

- Reisen als fester Bestandteil des Lebens (≠ Luxus): Rentner haben mehr Freizeit zur Verfügung, aber: Arbeitnehmer immer weniger
- Freizeitknappheit, höhere Mobilität und Beschleunigung in allen Lebensbereichen führt zu häufigeren, aber kürzeren Reisen
- Gesamturlaub des Jahres als Mix aus einem Langzeiturlaub und Kurzreisen
- flexiblere und spontanere Reiseentscheidungen ausgerichtet auf einen konkreten Nutzen
- schnellere und kurzfristigere Buchungen zurückzuführen auf u.a. zunehmende Reiseerfahrungen der Gäste sowie Möglichkeiten neuer Kommunikationstechnologien
- Urlaubsreiseverhalten: kürzer, aber teurer

### Hohe und "Hybrid"-Anforderungen

- wachsende Selbstverständlichkeit des Reisens durch verschiedene und wechselnde Urlaubsziele und Reisemotive
- kaum Veränderung bei den Grundbedürfnissen der Menschen bei Urlaub, Reise und Erholung: v. a. Wunsch dem Alltag mit Kontrasterlebnissen zu begegnen → Veränderung: beim Zeitbudget und Lebensstilen der Reisenden
- Nachfrage nach Freizeiteinrichtungen mit hohem Qualitätsanspruch in touristischen Zielgebieten hoch, aber auch als lokale und regionale Infrastrukturen gefordert
- Qualitätsbewusstsein, Reiseerfahrungen, Preis-Leistungssensibilität führen zu zunehmender Qualitätsorientierung mit Fokus auf eine optimal organisierte Dienstleistungskette (Buchung – Aufenthalt – Abreise)
- erfahrene Reisende sind vertraut mit organisatorischen Aspekten der Reise / Verlangen nach qualitativ besseren Erlebnissen und Dienstleistungen auf allen Preisniveaus

### Suche nach Authentizität

- Erhöhung des Bewusstseins für Kultur und Umgebung durch häufigere Reisen
- Bereicherung von Reiseerlebnissen fördert Wunsch mehr zu Reisen
- stärkere Suche nach authentischen Erlebnissen als inszenierten
- Rückkehr zu immateriellen Werten z. B. Qualität, Authentizität, Nachhaltigkeit, Regionalität

## Flexible Informationen und Buchung

- wachsender Wunsch nach Auskunft und Beratung durch andere Konsumenten im Netz
- Zeitknappheit, erhöhter Serviceanspruch und mehr Reisen verhindern langwierige Entscheidungsprozesse
- wachsende Bedeutung des Internets v. a. bei Reiseorganisation (Voraussetzung: nutzerfreundliche, professionelle touristische Websites)
- gleichbleibende Bedeutung von Printprodukten (Tageszeitungen, Magazine) bei der Suche nach seriösen Informationen; zunehmend aber auch Weblogs und Podcasts

## Deutschlandtourismus wird nachgefragt

- Urlaubsreiseintensität: Stabile Nachfrage auf hohem Niveau: 76% (2010)
- Ziele der Urlaubsreisen: ca. 1/3 der Deutschen verreist innerhalb Deutschland (hohe Stabilität in vergangenen Jahren / kaum Änderungen für die nächsten Jahre erwartet)
- beliebteste Reiseziele – Inlandsziele: Daten 2011 mit Vergleichsdaten aus den Jahren 2006 und 2002 [in %]

Bundesland	2011	2006	2002
Bayern (BY)	6,4	6,7	6,5
Mecklenburg-Vorpommern (MV)	6,1	5,1	4,5
Schleswig-Holstein (SH)	3,9	4,7	4,1

- Kurzurlaube der Deutschen (weniger als 5 Tage): 74,2 Mio. Reisen  
- Inland 76% (56,2 Mio.)

- Beliebteste Kurzreiseziele der Deutschen – Inland [in %]:

BY	11,9	NI	6,2
NW	8,5	SN	5,8
BE	7,9	HH	4,9
BW	6,5	MV	4,9

Bezüglich der Gestaltung touristischer Angebote lassen sich derzeit folgende Trends<sup>81</sup> benennen:

- **Markenbildung** zur optimalen Positionierung der Kernkompetenzen & Kommunikation der Glaubwürdigkeit und Abgrenzung von Mitbewerbern

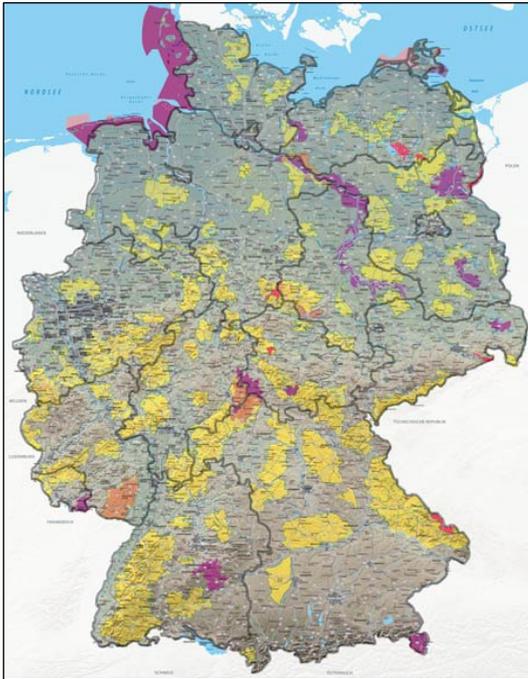
<sup>81</sup> KREILKAMP, EDGAR: Universität Lüneburg / Bregenzerwald Studie: Trends Im Tourismus. Über: [http://www.vorarlberg.at/pdf/3\\_2trendsintourismus.pdf](http://www.vorarlberg.at/pdf/3_2trendsintourismus.pdf) (Stand: 27.07.2012) / Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV) (Hrsg): Natur · Erlebnis · Angebote: Entwicklung und Vermarktung. – Bonn, 2005.

- **Destinationsweite Zusammenarbeit** als Schlüsselkompetenz für die Schaffung wettbewerbsstarker Angebote
- Kundenzufriedenheit durch Verknüpfung qualitativ hochwertiger Angebote mit authentischen Erlebnissen und Emotionen
- **Polarisierung im Angebot (Low Budget oder Luxus)** durch maßgeschneiderte, personalisierte und flexibel kombinierbare Angebote unter Berücksichtigung folgender Komponenten:
  - hoher Erlebniswert
  - starke regionale Bezüge
  - Verträglichkeit für Natur und Landschaft
  - Emotionalität
  - weicher Aspekte, u. a. Sauberkeit, Service, Atmosphäre oder Sicherheit
- **Abnehmende Planungssicherheit** für Anbieter aufgrund immer kurzfristiger Entscheidungen
- **Barrierefreies Reisen** als Antwort auf den demographischen Wandel und in Anerkennung an das gesetzlich verbrieftete Recht auf Chancengleichheit von Menschen mit Behinderung
- **Einsatz von Social Media/ Online Marketing** zur zielgruppenorientierten Kundenansprache und Lenkung der Aufmerksamkeit auf eigens veröffentlichte Informationen

## 2.4 Konkurrenzangebote

### 2.4.1 Konkurrenzangebote im Segment Naturtourismus

Deutschland bietet Naturliebhabern eine Fülle an Natur und interessanten und abwechslungsreichen Landschaften. Viele dieser Naturlandschaften wurden in den vergangenen Jahrzehnten unter besonderen Schutz gestellt, um die einzigartige Vielfalt und Schönheit auch für zukünftige Generationen zu erhalten.



Die heute insgesamt 14 Nationalparke, 16 Biosphärenreservate und mehr als 100 Naturparke bilden den außerordentlichen Reiz für einen naturnahen Urlaub. Und das in Gegenden, die ihren Gästen häufig ebenso zahlreiche und attraktive Aktiv- und Erholungsangebote bieten.

Die geschützte, biologische Vielfalt und der Artenreichtum, aber auch die regionalen und landschaftlichen Besonderheiten der einzelnen Gebiete ziehen dabei nicht nur Deutsche, sondern vielfach Gäste aus aller Welt in ihren Bann.<sup>82</sup>

Abbildung 24: Nationale Naturlandschaften in Deutschland<sup>83</sup>

Die Dachmarke aller deutschen Nationalparke bilden die „Nationalen Naturlandschaften“, die im Herbst 2005 zum Schutz und zur Bewahrung der Natur gegründet wurde. Gleichrangiges Ziel ist es jedoch darüber hinaus, diese Natur mit ihren Reichtümern auch für Gäste verstärkt erfahrbar zu machen. EUROPARC Deutschland als Dachorganisation der Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke ist der Träger der Dachmarke und koordiniert die gemeinsame Vermarktung.

Sie dient in erster Linie der Entwicklung des Natururlaubs zu einem Markenzeichen des Deutschlandtourismus und zu einem hervorgehobenen Thema des Tourismusmarketing; zugleich aber auch dem Ziel, die Deutsche Zentrale für Tourismus sowie die Deutsche Bahn AG zu einem verstärkten Marketing von Reisen in Nationale Naturlandschaften zu bewegen.

Alle auf der Karte dargestellten Naturlandschaften sind in der einen oder anderen Weise als Konkurrenzdestinationen der Region Galenbecker See zu betrachten (z. B. in Bezug auf die naturräumliche Ausstattung, den Artenreichtum, die regionale Kooperationsbereitschaft oder auch vorhandene touristische Infrastruktur). Die beworbenen Alleinstellungsmerkmale der deutschen Nationalparke, Biosphärenreservate und Naturparke sind in Anlage 8 übersichtlich dargestellt (Auszug).

<sup>82</sup> TOURISMUS-MARKETING SACHSEN-ANHALT GMBH (Hrsg.): Urlaub in der Natur - Reisen in die schönsten Landschaften Deutschlands. Magdeburg, 2010.

<sup>83</sup> Quelle: [www.nationale-naturlandschaften.de](http://www.nationale-naturlandschaften.de)

## 2.4.2 Konkurrenz in der näheren Umgebung des Galenbecker Sees

Der Untersuchungsraum zeichnet sich durch eine außergewöhnlich reiche Naturraumausstattung mit hohem Anteil an Schutzgebieten aus. Herausragend ist die unmittelbare Nähe zu den zwei Naturparks „Am Stettiner Haff“ und „Feldberger Seenlandschaft“, deren Strahlkraft in die Region Galenbecker See durchaus vorteilhaft in der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus sein kann. Bislang besteht jedoch noch keine Zusammenarbeit des Untersuchungsraums mit einem der genannten Schutzgebiete, trotz dass die Region um den Galenbecker See naturräumlich teilweise zum Naturpark „Am Stettiner Haff“ gehört. Große Teile des Gebietes liegen dennoch außerhalb des Naturparks und auch der Galenbecker See selbst blieb ausgegrenzt. Beide Naturparke werden nachfolgend in Kürze vorgestellt.

### Naturpark „Am Stettiner Haff“

<b>Alleinstellungsmerkmal umgesetzt in einem Slogan:</b>	Land der Weite und der Stille
<b>Größe:</b>	537 km <sup>2</sup>
<b>Erste GSG-Festsetzung:</b>	30.12.2004
<b>Rechtsgültige Verordnung:</b>	03.07.2008 ( <a href="http://mv.juris.de/mv/StettHaffNatPFV_MV_rahmen.htm">http://mv.juris.de/mv/StettHaffNatPFV_MV_rahmen.htm</a> )
<b>Landschaftsraum:</b>	weite geschlossene Waldkomplexe der Ueckerländer Heide, natürliche und unverbaute Abschnitte der Haffküste, Haffwiesen, Uecker- und Randow-Niederungen, Brohmer Berge
<b>Besonderheiten:</b>	naturbelassene Haffküste, Binnendünen, artenreiche Trockenrasen, Röhrichtgürtel, Wacholderbestände, Moore, Niedermoorflächen, Kiefernforste und Buchenwälder, Schreiadler, Kraniche, Wiedehopf
<b>Touristische Infrastruktur und Angebote u. a.:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ komplexes touristisches Wegenetz von ca. 200 km</li> <li>▪ Ukränenland Torgelow (Freilichtmuseum mit Geschichts- und Naturlehrpfad und historischen Schiffen aus der Slawenzeit)</li> <li>▪ Herrenhaus in Heinrichsruh (Ausstellungs-, Projekt- und Veranstaltungshaus)</li> <li>▪ Schlossanlage Rothenklempenow</li> <li>▪ Botanischer Garten in Christiansberg</li> <li>▪ Tierpark mit Fischotteranlage in Ueckermünde</li> </ul>
<b>Auswahl an Veranstaltungen<sup>84</sup>:</b>	<p><b>Naturpark-Expedition</b> (...selbst den Naturpark erforschen)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mit den Naturpark-Entdeckerwesten geht es los, um der Natur ihre Geheimnisse zu entlocken</li> <li>▪ Schulklassen ab Grundschule bis Sekundarstufe 1</li> <li>▪ Dauer je nach Thema 2-4 h</li> <li>▪ Anmeldung erforderlich</li> </ul> <p><b>„Grünes Klassenzimmer – Lernort Natur“</b> (... Naturpark – mobil)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Behandlung spezieller Umwelt und naturkundlicher Themen vor Ort in Abhängigkeit von Alter und Wünschen der Klassen</li> <li>▪ ab Kindergarten</li> <li>▪ Dauer: 2-6 h</li> <li>▪ Kosten: auf Wunsch mit Verpflegung 2 €/Person</li> <li>▪ Anmeldung erforderlich</li> </ul>

<sup>84</sup> <http://naturpark-am-stettiner-haff.de/Veranstaltungen> (Abruf: 25.07.2012).

**Über und durch die Altwarper "Wüste"** (...Naturschutzgebiete aktiv erleben)

- aktives Erleben der offenen Binnendünen, des Moores, der Erlenbrüche und Wiesen und Wissenswertes zur Entstehung der Landschaft
- ca. 4,5 km
- familienfreundlich
- keine Anmeldung erforderlich

**Nachtwanderung mit dem Förster** (...Nachtwanderung für Kinder mit Wildwurstgrillen)

- geführte Wanderung mit dem Förster durch die Wälder rund um Mönkebude
- Möglichkeit zur Rast und zum Grillen von Wildwurst an rustikaler Jagdhütte
- Kosten: 3,00 € (exklusive Getränke und Essen)

**Geführte Radtour in die Heidelandschaft** (...Radtour für Genießer mit Wildwurstgrillen)

- Tour von Mönkebude mit Besichtigung des Fischereihafens durch ausgedehnte Wälder; Ziel: rustikale Jagdhütte (Möglichkeit zum Grillen von Wildwurst)
- besinnliches Radwandern auf befestigten und natürlichen Wegen (Waldwege)
- Kosten: 3,00 € (exklusive Getränke und Essen)

**Naturpark „Feldberger Seenlandschaft“**

<b>Alleinstellungsmerkmal umgesetzt in einem Slogan:</b>	Im Land der Fischotter und Seen
<b>Größe:</b>	345 km <sup>2</sup>
<b>Erste GSG-Festsetzung:</b>	20.03.1997
<b>Rechtsgültige Verordnung:</b>	13.02.1997 ( <a href="http://mv.juris.de/mv/FeldSeenNatPV_MV_rahmen.htm">http://mv.juris.de/mv/FeldSeenNatPV_MV_rahmen.htm</a> )
<b>Landschaftsraum:</b>	vollständige eiszeitliche Formenabfolge der Glazialen Serie mit Grundmoräne, Endmoräne, Sander und Urstromtal (in der Einheit mit Naturpark Uckermärkische Seen), Nadelwald, Laubwald, Mischwald, Seen, Moor; Geländeausformung: wellig; gebirgig (in den Endmoränenbereichen)
<b>Besonderheiten:</b>	Fischotter und Biber, „Heilige Hallen“- Deutschlands ältester Buchenwald, zahlreiche Klarwasserseen, Kesselmoore, Seeadler, Fischadler, Schreiadler
<b>Touristische Infrastruktur und Angebote u. a.:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schlossberg und Reiherberg als bekannte Ausflugsziele</li> <li>▪ Paddeltouren, Bootsrundfahrten, Floßvermietung</li> <li>▪ handbetriebene Seilfähre über den Schmalen Luzin</li> <li>▪ Kunsthalle Wittenhagen</li> <li>▪ Lennépark Krumbeck</li> <li>▪ Eiszeitwerkstatt und -lehrpfad Wittenhagen</li> <li>▪ Feldberger Wiesenpark</li> <li>▪ Medical Wellness-Park</li> <li>▪ Hans Fallada Museum Carwitz</li> <li>▪ geführte Wanderungen und Fototouren durch den Naturpark</li> </ul>

**Auswahl an Veranstaltungen<sup>85</sup>: **steinreich und bettelarm – von Gletschern, Endmoränen und Toteisseen****

- Wanderung mit fachkundiger Führung nach einem Einführungs-  
gespräch auf dem Eiszeitlehrpfad
- Konditionen zu erfragen unter: Tel. 039831 / 20664
- Gruppen- und Sonderführung nach Absprache:  
post@eiszeitlandschaft.de, www.eiszeitlandschaft.de

**Vom forstlichen Paradiesgarten zum Buchenurwald**

- wandern entlang des ältesten Buchenwaldes in Deutschland;  
natürliche Waldentwicklung und Forstwirtschaft.
- Aufwandsentschädigung: Erw. 3 €, Kinder bis 14 J. 1,50 €

## 2.5 Best-Practice Beispiele im Naturtourismus

Damit sich die Region Galenbecker See zukünftig positionieren und ihr eigenes touristisches Profil entwickeln kann, sind das Aufzeigen und die Betrachtung erfolgreicher Beispiele anderer Regionen bezüglich touristischer Gesamtentwicklung, Entwicklung bestimmter touristischer Infrastrukturen oder touristischer Angebote sinnvoll. Unter Abgleich mit den eigenen Potenzialen können daraufhin eigene, den Stärken und Potenzialen, aber auch Schwächen und Risiken angepasste Angebote entwickelt werden. Im Folgenden sollen nun ausgewählte Beispiele verschiedener Regionen für touristische Entwicklungen und touristische Infrastrukturen sowie Angebote aufgezeigt werden, die in ihrer Existenz den Ausgangsbedingungen der Region Galenbeck vergleichbar sind.

### 2.5.1 Beispiele Regionen

#### Waldviertel<sup>86</sup>

Das Waldviertel bildet den nordwestlichen Teil des österreichischen Bundeslandes Niederösterreich und wird seit jeher als strukturschwaches Landwirtschaftsgebiet eingeordnet. Ca. 220.000 Einwohner leben hier auf einer Fläche von 4.600 km<sup>2</sup>.

Noch in den 80er Jahren lag die Region weit abseits zentraler Wirtschaftszentren des Landes, im Grenzgebiet des Eisernen Vorhangs. Wenige gewerbliche und industrielle Arbeitsplätze und eine Vielzahl kleiner Landwirtschaftsbetriebe prägten die Wirtschaftsstruktur dieses österreichischen Landesteils.

Dreißig Jahre später präsentiert sich nun das Waldviertel als eine der Top-Reiseziele Österreichs. Im Tourismusjahr 2010/11 konnte u. a. eine neue Bestmarke in Bezug auf die Übernachtungen (fast 1,17 Mio.) generiert werden, die einen Zuwachs zum Vorjahr um 5,5 % bedeutete. Im Jahr 2010 belegte das Waldviertel unter 89 Konkurrenten zudem Platz 6 in der Destinationsstudie der Österreichischen Hotelier Vereinigung.

<sup>85</sup> [www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de/](http://www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de/) (Abruf: 25.07.2012).

<sup>86</sup> PRESSESTELLE WALDVIERTEL TOURISMUS (2011): Basis-Presseinformation Destination Waldviertel GmbH. – ZWETTL, ÖSTERREICH SOWIE GENUSS REGION ÖSTERREICH (2012): Waldviertler Mohn (Graumohn u. G.) – Artikel abrufbar unter: <http://www.genuss-region.at/article/archive/8719> (Abruf: 20.07.2012)

Der Aufstieg der Region begann mit der Jahrtausendwende. Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren zählt u. a. die Gründung der Destination Waldviertel GmbH auf Public-Private-Partnership Basis. Damit zählte das Waldviertel zu den Ersten Niederösterreichs und war gleichzeitig einer der Vorreiter des gesamten Landes. Die enge Zusammenarbeit zwischen der Niederösterreich Marketing GmbH, fünf regionalen Tourismusverbänden sowie lokalen Anbietern schuf eine leistungsfähige und erfolgreiche langjährige Partnerschaft, deren zentrale Aufgabe in der Vermarktung des gesamten regionalen Angebotes nach innen und außen lag. In der Außendarstellung liegt der besondere Schwerpunkt auf der Authentizität der Region und der intensiven Kommunikation der eigenen Stärken (z. B. der stetig ausgebauten Angebotspalette). Das Kerngeschäft umfasst die Themenfelder:

- Gesundheit
- Geschmack
- Bewegung und Outdoor
- Jugendtourismus
- Winter; Auszeit
- Urlaub auf dem Bauernhof und Privatzimmervermietung

Im Bereich Gästeinformation und Beratung sind die Serviceleistungen der Region breit gefächert. Neben der kostenfreien Telefonnummer für Information, Beratung, Reservierung (7 Tage pro Woche 9-16 Uhr), sind alle Informationen zur Destination sowie eine direkte Möglichkeit der Zimmerbuchung, der Katalogbestellung und ein Online-Shop auch online verfügbar ([www.waldviertel.at](http://www.waldviertel.at)). Weiterhin kann der Gast sich die wichtigsten Informationen auf sein Mobiltelefon herunterladen und auf Facebook und Twitter verfolgen. Das Waldviertel hat darüber hinaus einen eigenen YouTube-Kanal, auf welchem Kurzvideos zur Region verfügbar sind ([www.youtube.com/waldvierteltourismus](http://www.youtube.com/waldvierteltourismus)). Der Anteil österreichischer Gäste (v. a. aus dem eigenen Bundesland) ist in der Region mit 90,7 % sehr hoch, wobei zunehmend auch deutsche Urlauber (v. a. Bayern) das Waldviertel für sich entdecken. Planungen für die Zukunft umfassen in erster Linie die Weiterentwicklung des Kerngeschäftes in Verbindung mit der steten Verbesserung der Angebotsqualität und Optimierung der Auslastung.

Das Waldviertel verdankt seinen Namen vor allem dem früheren Walddreichtum; der Waldviertler Graumohn ist jedoch eine kulinarische, regionale Besonderheit, die bis heute als „graues Gold“ oder „Olivenöl des Nordens“ die Region prägt. Verschiedene Gemeinden (Mohndörfer Armschlag und Gressl) und Leistungsträger (Mohnwirt Neuwiesinger) haben sich dem Mohn verschrieben und bieten ihren Gästen beispielsweise einen Mohnlehrpfad mit Informationen zu geschichtlichen, produktionstechnischen und kulinarischen Aspekten, den Mohnstrudel-Wanderweg, Schaufelder und Bauerngärten, ein Mohnmuseum, eine begehbare Riesenmohnkapsel oder Mohn mahlen nach alter Tradition für Kinder.

## Hasetal

Das Hasetal ist ein naturnahes Erholungsgebiet, nordwestlich von Osnabrück und nahe der niederländischen Grenze gelegen. Hier führt die „Hase“ ca. 160 km durch abwechslungsreiche Landschaft mit Mooren, Wäldern, Wiesen, Bauernhöfen, Kirchen, Klöstern und kleinen Ortschaften. Vor allem die Zielgruppen 50plus, Radtouristen, Wasserwanderer, Gesundheitstouristen und Tagesgäste gehören zu den wichtigsten Gästen der Region. Dies entspricht der touristischen Ausrichtung des Erholungsgebietes, in welchem der sanfte Tourismus beste Voraussetzungen vorfindet: eine vielfältige, ländliche Natur und Kultur. Touristische Highlights der Region sind dabei u. a.

- der Hasetalradweg
- die Flusswanderroute sowie
- die Historische Dampfloch.

Das Hasetal ist heute v. a. überregional bekannt als Radlerregion, die ihren Gästen wichtige Serviceleistungen anbietet, darunter z.B. die Schönwettergarantie oder auch den Gepäcktransfer. Während die Schönwettergarantie den kostenlosen Transfer zum nächsten Etappenziel für Radfahrer und Fahrrad bei Dauerregen vorsieht, ist der Gepäcktransfer zum nächsten Etappenziel kostenpflichtig (7 € pro Person und Strecke; Gepäckstücke bis 20 kg; tägl. von April bis Oktober).

Zusätzliche Serviceleistungen umfassen:

- GPS gestützte Tour (mobile Navigation für die Hase-Ems Tour für alle gängigen Navigationsgeräte)
- Tourenräder- und E-Bike Verleih
- Kopfkissenbar (Auswahl aus 5 verschiedenen Kopfkissen im Hotel – je nach Vorliebe)
- Hasevitalstationen/ Kneippanlagen (verteilt über die Region).

Weitere Informationen sind verfügbar unter: [www.hasetal.de](http://www.hasetal.de).

### 2.5.2 Beispiele Infrastruktur

#### Baumwipfelpfad

Baumwipfel- bzw. Baumkronenpfade sind in den vergangenen 10 Jahren als naturtouristische Attraktionen mit überregionaler Strahlkraft an 7 deutschen Standorten entstanden. Im Jahre 2003 wurde zunächst in Rheinland-Pfalz der heute älteste deutsche Baumwipfelpfad am Biosphärenhaus Pfälzerwald-Nordvogesen errichtet; es folgten:

- Baumkronenpfad Hainich (2005)
- Waldwipfelweg Sankt Englmar–Maibrunn (2008)
- Baumkronenweg Waldkirch (2009)

- Baumwipfelpfad Neuschönau (2009)
- TreeTopWalk – Der Baumkronenweg am Edersee (2010)
- Skywalk Allgäu (2010)

Mindestens zwei weitere Baumwipfelpfade sind derzeit in Planung, darunter der Baumwipfelpfad Bronnen mit Infozentrum (Baden-Württemberg) und das "Naturerbe Zentrum Rügen" mit Baumwipfelpfad und Erlebnisausstellung in Prora auf Rügen.<sup>87</sup>

Baumwipfelpfade sind generell attraktive Infrastrukturmaßnahmen, die einer breiten Zielgruppe den barrierefreien Zugang zur Natur, Umwelt und nachhaltigen Ressourcenwirtschaft erleichtern und darüber hinaus außergewöhnliche und neue Perspektiven schaffen, den Wald als Ökosystem neu kennenzulernen. Zusätzlich verknüpfen die Pfade oftmals verschiedene Erlebnis- und Mitmachsegmente (z. B. Hängebrücken, Kletter- und Schwingmöglichkeiten, gläserne Böden, Taststationen) mit Informationstafeln und erhöhen damit den touristischen Mehrwert für Besucher um ein Vielfaches. Die Errichtung einer derart attraktiven Erlebnis- und Informationsstätte hat ferner das Potenzial Besucherströme zu kanalisieren und zu lenken, wodurch das natürliche Umfeld der Attraktion vor zu starker Beanspruchung geschützt werden kann.

Es bleibt jedoch festzuhalten, dass es sich bei der Errichtung von Baumwipfelpfaden um Großprojekte mit hohen Investitionssummen handelt, deren Kosten in einem gerechten Verhältnis zum Nutzen (u. a. den Besucherzahlen) stehen müssen. Allein für den Baumkronenpfad Hainich werden die Baukosten auf 1,8 Mio. € beziffert; für den Baumwipfelpfad Biosphärenreservat Pfälzerwald/ Nordvogesen sogar auf 3 Mio. €. <sup>88</sup> Vielfach sind oben dargestellte Investitionen durch Förderungen über EU-Projekte oder Stiftungen (u. a. DBU) begleitet worden, aber auch durch private Investoren. Alle Baumwipfelpfade sind kostenpflichtig.

Einige Beispiele deutscher Baumwipfelpfade sind nachfolgend in Kürze dargestellt.

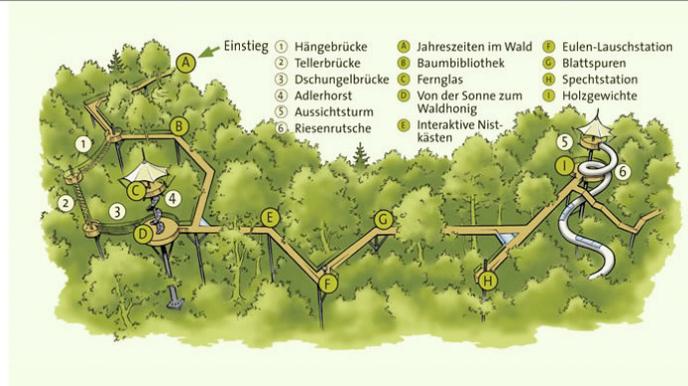
<sup>87</sup> [http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426956\\_I1/rat\\_2012-02-19\\_uva\\_bu\\_final.pdf](http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426956_I1/rat_2012-02-19_uva_bu_final.pdf);  
[http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426955\\_I1/oef\\_Praesentation\\_Baumwipfelpfad.pdf](http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426955_I1/oef_Praesentation_Baumwipfelpfad.pdf) sowie  
<http://www.die-erlebnis-akademie.de/de/baumwipfelpfade/ruegen/index.php> (Abruf: 13. Juni 2012)

<sup>88</sup> <http://www.nationalpark-hainich.de/informieren/pressemitteilung/detailansicht/view/eroeffnung-baumkronenpfad-ab-27-august-2005.html/>

Tabelle 21: Ausgewählte Beispiele von Baumwipfelpfaden in Deutschland

Baumwipfelpfad	Eröffnung	Baukosten / Technische Daten	Highlights	Besucherzahlen & Einzugsgebiet	Themen	Veranstaltungen
Biosphärenhaus Pfälzerwald-Nordvogesen (Rheinland-Pfalz)	2003	3 Mio. €  270 m Länge in 18 m bis 35 m Höhe	erlebnisorientierter Lehrpfad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 35 m hohe Aussichtsplattform</li> <li>• 40 m lange Baumrutsche</li> <li>• 15 sek Rutschspaß nonstop</li> <li>• 10 mal Wipfel-Wissen zum Anfassen und Mitmachen</li> <li>• 3 schwankende Teller-, Seil und Hängebrücken</li> </ul>	erheblich höher als ursprünglich prognostiziert 2003-2005: 467.000 Besucher 2006: 110.000 Besucher (abklingender Innovationseffekt) Feriengäste aus: ganz Deutschland, Niederlande, ansonsten Tagesausflügler aus angrenzenden Großstädten (u. a. Kaiserslautern, Karlsruhe, Neustadt/Weinstrasse).	... der Mitmachstationen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• wozu die Biene eine Blattlaus braucht</li> <li>• wie die Eule mit den Augen hört</li> <li>• warum die Kiefer gemein ist Was die Buche mit dem Buch zu tun hat</li> <li>• wie groß der Kleinspecht ist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survival-Exkursion</li> <li>• Vogelexkursion</li> <li>• Übernachtung auf dem Baumwipfelpfad</li> <li>• Candlelight-Dinner</li> <li>• Fledermauswanderungen</li> </ul>

**Bildmaterial / Informationsquellen:**



<http://www.biosphaerenhaus.de/de/baumwipfelpfad.php> sowie BODE, M., HERBENER, ST. & UMBACH, L. (2007): Machbarkeitsstudie: Baumkronenpfad im Naturpark Feldberger Seenlandschaft – Belegarbeit, Fachhochschule Eberswalde.

Baumwipfelpfad	Eröffnung	Baukosten / Technische Daten	Highlights	Besucherzahlen & Einzugsgebiet	Themen	Veranstaltungen
Baumwipfelpfad im Nationalpark Bayerischer Wald (Bayern)	2009	Veranschlagt: 2 Mio. €  insgesamt 1.300 m Länge bis max. 25 m Höhe Barrierefreiheit: ja (20 Mitarbeiter)	Ausrichtung auf Natur und Erlebnis: <ul style="list-style-type: none"> <li>• längster Baumwipfelpfad der Welt</li> <li>• Baumturm (44 m hoch) als eiförmiger Wendelgang</li> <li>• Seil- und Wackelbrücken sowie Trapeze und Balancierbalken für sportliche Herausforderungen</li> <li>• drei didaktische Lehrstationen</li> </ul>	Planung: 40.000 Besucher pro Jahr  Planungsgrundlage: Besucher des vorhandenen Informationszentrums Hans-Eisenmann Haus in Neuschönau: 120.000 pro Jahr. Ziel: 1/3 dieser Besucher für den Baumwipfelpfad gewinnen.  1 Mio. Besucher zwischen September 2009 und Juni 2012 → Erwartungen stark übertroffen  Feriengäste aus: ganz Deutschland, Tschechien (Tagesausflügler)	heimische Flora und Fauna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turmlauf</li> <li>• Wintermarkt</li> <li>• Führungen auf Anfrage</li> </ul>

**Bildmaterial/ Informationsquellen:**



[http://www.baumwipfelpfad.by/bwp\\_de/index.php](http://www.baumwipfelpfad.by/bwp_de/index.php) sowie [http://www.baumwipfelpfad.by/bwp\\_de/infos-kontakt/pressemeldungen/20120612\\_Millionster-Besucher.pdf](http://www.baumwipfelpfad.by/bwp_de/infos-kontakt/pressemeldungen/20120612_Millionster-Besucher.pdf) (Abruf: 05.09.2012) sowie BODE, M., HERBENER, ST. & UMBACH, L. (2007): Machbarkeitsstudie: Baumkronenpfad im Naturpark Feldberger Seenlandschaft – Belegarbeit, Fachhochschule Eberswalde.

Baumwipfelpfad	Eröffnung	Baukosten / Technische Daten	Highlights	Besucherzahlen & Einzugsgebiet	Themen	Veranstaltungen
Baumkronenpfad Hainich im Nationalpark Hainichen (Thüringen)	2004 Erw. 2009	1,8 Mio. €  Länge insgesamt 546 m bei max. Höhe von 44 m Barrierefreiheit: ja	Ausrichtung auf Umweltbildung und Forschung/ naturnahe Erholung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lage im NP Hainichen (= größtes zusammenhängendes Laubwaldgebiet Deutschlands)</li> <li>• Ur-Buchenwald als UNESCO Weltnaturerbe</li> <li>• Baumturm mit Baumhaus (44m hoch)</li> <li>• vielfältige Erlebniselemente u. a. Hängebrücken, Kletter- und Schwingmöglichkeiten</li> </ul>	200.000 - 250.000 Besucher pro Jahr zwischen 2004 und 2007 (keine neueren Zahlen verfügbar)	thematische Plattformen, u.a. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleinklima und Schillerfalter</li> <li>• „Zuckerfabrik“ Blatt – Photosynthese</li> <li>• Baumarten im Hainich – der vergessene Wald</li> <li>• Urwald mitten in Deutschland</li> <li>• Baumkronenforschung - der Forscherwald</li> <li>• Rotbuchen-Altbestand</li> <li>• Deutsche Buchenwälder – Weltnaturerbe (Plattform des Baumhauses)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lichtfangabend</li> <li>• biologische Morgen- und Abendexpedition</li> <li>• Literatur &amp; Musik</li> <li>• Höhengenuß auf dem Baumkronenpfad (kulinarische Köstlichkeiten)</li> </ul>

#### Bildmaterial/ Informationsquellen:



<http://www.nationalpark-hainich.de> sowie BODE, M., HERBENER, ST. & UMBACH, L. (2007): Machbarkeitsstudie: Baumkronenpfad im Naturpark Feldberger Seenlandschaft – Belegarbeit, Fachhochschule Eberswalde.

Baumwipfelpfad	Eröffnung	Baukosten / Technische Daten	Highlights	Besucherzahlen & Einzugsgebiet	Themen	Veranstaltungen
TreeTopWalk – Der Baumkronenweg am Edersee (Hessen)	2010	Keine Angaben zu Baukosten  Länge: insgesamt 250 m Max. Höhe: 30 m Barrierefreiheit: ja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• einzigartiges Panorama über Edersee und Kellerwald a aufgrund der direkten Lage am Seeufer</li> <li>• Panorama-Aussichtsplattform in 30 m Höhe</li> <li>• Zugang über einen 750 m langen Lehrweg – Eichhörnchen-Pfad – mit Kunstwerken und verschiedenen Aktions- und Informationsstationen</li> </ul>	keine Angaben verfügbar	Thema Wald allgemein	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Themen-Führungen</li> <li>• romantische Dinnerabende</li> <li>• Mondscheinwanderungen</li> <li>• Konzerte</li> <li>• Kombitour Segways - Baumkronenweg Edersee</li> </ul>

Bildmaterial/ Informationsquellen: [www.baumkronenweg.de](http://www.baumkronenweg.de)



## Vogelbeobachtungsturm

Vogelbeobachtungstürme sind heute vielfach feste Bestandteile von Schutzgebieten. Sie bieten Naturbeobachtern und insbesondere Ornithologen hervorragende Möglichkeiten, verschiedene Vogelarten ganzjährig zu beobachten, eröffnen neue Aussichten, lassen den Besucher an der Schönheit der Natur teilhaben und vermitteln darüber hinaus in Kombination mit Informationstafeln anschaulich die Notwendigkeit möglicherweise vorhandener Beschränkungen.

Die vorhandenen Vogelbeobachtungsstationen unterscheiden sich in ihrer Bauweise, Größe und Funktionalität z. T. erheblich. Ursächlich hierfür sind einerseits die notwendigen Anpassungen an lokale landschaftliche Gegebenheiten sowie andererseits Finanzierungs- und Unterhaltsbelange.

Einer der architektonisch herausragenden Beobachtungstürme in Deutschland ist der 2005 eröffnete Vogelbeobachtungsturm im NABU Naturschutzgebiet Graswarder auf Fehmarn, ausgezeichnet mit dem Internationalen Architekturpreis. Dabei handelt es sich um eine besondere Holzkonstruktion, die auch bei hohen Windstärken eine besondere Standhaftigkeit vorweist, die so in Europa einmalig ist – eine explizite Vorbedingung des Auftraggebers. Die Entscheidung über den besten Entwurf wurde im Rahmen einer beschränkten bundesweiten Ausschreibung getroffen.



*Abbildung 25: Vogelbeobachtungsturm  
Graswarder auf Fehmarn*

Quelle:  
<http://www.fehmarn24.de/bilder/2010/03/13/671085/218530698-fbq-fe-heiligenhafen-2008-12-15-graswarderturm-php-01.9.jpg>

Die originären Baukosten des Beobachtungsturmes belaufen sich auf 165.000 € exkl. der Anpassung der Zuwegung (ca. 15.000 €). Das Umweltministerium Schleswig-Holstein übernahm seinerzeit 70 % der Kosten; die verbliebenen Kosten verteilten sich auf eine private Stiftung sowie weitere private Förderer. Unterhalts-/Wartungsmaßnahmen sind im Zeitraum 2005 – 2012 bislang kaum angefallen, v. a. bedingt durch die Tatsache, dass der Beobachtungsturm aus dem sehr widerstandsfähigen und speziell behandelten Holz der Sibirischen Lärche gefertigt wurde.

Die Bauantragsphase bis zur Durchführung umfasst einen Zeitrahmen von 5 Monaten, der Aufbau vor Ort wurde durch die beauftragte Holzfirma innerhalb von 3 Wochen bewerkstelligt. Erheblich länger dauerte der erste Schritt zur Überzeugung relevanter Be-

hörden und Einrichtungen. Der Grundtenor – unnötige Infrastrukturmaßnahme im Naturschutzgebiet, zu hohe Kosten – war weit verbreitet. Eine konsequente Überzeugungsarbeit bezüglich der Notwendigkeit, die Natur auf diese Weise für den Gast erlebbar zu machen, brachte letztendlich den Erfolg.

Der Turm selbst war bis 2011 nur für Teilnehmer der zweimal täglich angebotenen Führungen des NABU öffentlich zugänglich. Haftungsfragen, Instandhaltungsversicherungen und die Vorbeugung von Vandalismus zwangen das Land Schleswig-Holstein, den Kreis Ostholstein und den NABU zur Beschränkung der Zugänglichkeit. In 2012 wurde erstmals eine Aufsicht finanziert, die es zwischen 11 Uhr und 15 Uhr auch Wanderern und Radfahrern ermöglicht, den Turm zu besuchen. Der freie Zugang zu dieser Zeit ist allerdings verbunden mit der Bitte um eine Spende. Überlegungen schließen auch ein, am Fuß des Turm den Zugang über ein Drehkreuz zu regeln, welches den Zutritt über einen Betrag von 1 € gewährt.

Die Besucherzahlen des Beobachtungsturms lassen sich aufgrund der zunächst praktizierten Beschränkung bis 2011 gut darlegen und belaufen sich auf ca. 3.500 Besucher pro Jahr (= Teilnehmer der NABU Führungen). In 2012 wird ein Anstieg auf mindestens die doppelte Besucherzahl erwartet, da nun auch Besucher des naturkundlichen Weges auf dem Graswarder (bis zu 15.000 pro Jahr) angezogen werden. Dieser erstreckt sich über eine Länge von ca. 1,5 km vom Blockhaus bis zum Beobachtungsturm und ist als Rad- und Wanderweg ausgewiesen. Der PKW-Verkehr im Gebiet ist stark begrenzt (Anwohner, NSG-Beauftragter).

Der Beobachtungsturm wird nicht gesondert vermarktet, sondern im Rahmen der angebotenen Führungen des NABU über einen Flyer bzw. die Stadt Heiligenhafen und die Touristeninformation in verschiedenen Prospekten mitbeworben. Ursächlich für die Limitierung des Marketings ist im Wesentlichen, dass die Besucherzahl im Naturschutzgebiet nicht erheblich gesteigert werden soll, um eine nachhaltige Störung des Vogelschutzgebietes zu vermeiden und Anwohner nicht zu stark durch ein hohes Besucheraufkommen zu beeinträchtigen.

Die täglich angebotenen Führungen mit einer Gruppengröße von max. 25 Teilnehmern werden nicht als störend für die heimische Vogelwelt erachtet; es hat bereits eine Art Gewöhnung eingesetzt. Schwieriger vereinbar sind große Mengen an Einzelbesuchern wie z. B. Wanderer und Radfahrer, die eine durchaus höhere Scheuchwirkung erzeugen können.<sup>89</sup>

Zwei weitere Beispiele für Aussichts-/Vogelbeobachtungstürme sind in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst.

<sup>89</sup> Quelle der Informationen zum Beobachtungsturm auf dem Graswarder: Herr Dürkop (NABU-Schutzgebietsbeauftragter für das NSG Graswarder), telefonische Information 04.09.2012

Tabelle 22: Ausgewählte Beispiele von Aussichtstürmen in Deutschland, inkl. Darstellung der Kosten

Aussichts-/ Vogelbeobachtungsturm	Technische Details	Kosten / Finanzierung des Unterhalts
<p><b>Aussichtsturm Chuderhüsi (CH)</b> Baujahr 2002</p>  <p>Quelle: <a href="http://www.roethenbach.ch/turm.htm">http://www.roethenbach.ch/turm.htm</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armierungsstahl</li> <li>• Eisenteile</li> <li>• Podeste und Treppen (Weißtanne)</li> <li>• Höhe: 37 m</li> </ul>	<p>250.000 Franken (ca. 208.193 Euro)</p> <p>Unterhalt: Spende am Fuße des Turms</p>
<p><b>Aussichtsturm 'Hohes Kreuz' bei Engelhardberg (D)</b> Baujahr 2011</p>  <p>Quelle: <a href="http://www.naturparkinfo.de/neues.php?nr=29">http://www.naturparkinfo.de/neues.php?nr=29</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sechseckiger Stahl-Holzturm mit 12 m Höhe</li> <li>• auf Anhöhe von 522 m über NN</li> <li>• langlebiges Lärchenholz plus Stahl (Statik)</li> <li>• verzinkte Stahlgitterroste als Aufstiegsstufen</li> </ul>	<p>Ca. 57.000 Euro</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 46.575 Euro Forstverwaltung der Bayerischen Staatsforsten</li> <li>• 10.000 Euro Oberfrankens Stiftung</li> <li>• 10.000 Euro Markt Wiesental</li> <li>• Engagement der Ortsgruppe des Fränkische Schweiz Vereins</li> </ul>

International betrachtet, ist die Beobachtungsstation im norwegischen Dovrefjell-Sundalsfjella Nationalpark als besonderes Highlight zu werten. Ausgezeichnet im Rahmen des World Architecture Festivals „2011“ (Kategorie: Display) dient das Norwegian Wild Reindeer Centre Pavilion in Hjerkin als Aussichtspavillon für die wildlebende Rentiere und Moschusochsen. Das Gesamtprojekt, dessen Kosten für die Umsetzung sich auf ca. 1 Mio. €. Beliefen, besteht aus den Komponenten:

- Beobachtungspavillon,
- Parkplatz, Info-Point und WC-Anlage,
- barrierefreier 1.600 m langer Weg, der für alle Besuchergruppen zugänglich ist.

Vom ersten Kontakt mit dem Architekturbüro bis zur feierlichen Eröffnung durch den Norwegischen Umweltminister vergingen 3 Jahre. Projektbegleitend werden durch den Nationalpark umfassende Marketing- und Besuchermonitoringmaßnahmen durchgeführt.

Das beheizte Gebäude wurde von der National Wild Reindeer Foundation in Auftrag gegeben, um den Besuchern atemberaubende Ausblicke auf die Landschaft der wetter-unbeständigen Hochebene zu gewähren.



Abbildung 26: Beobachtungsstation im Dovrefjell-Nationalpark<sup>90</sup>

Generell sind Vogelbeobachtungsstationen als Unterstand in erhöhter Lage mit Sichtschutz konzipiert. Noch heute sind barrierefreie Türme allerdings eher die Ausnahme. Zu hoch und kostenintensiv erscheinen die Anforderungen an die Konstruktion. Beispielhaft genannt sei an dieser Stelle jedoch der Vogelbeobachtungsturm am 3 km langen Naturlehrpfad Laajalahti in Finnland<sup>91</sup> oder der Vogelbeobachtungsturm im NSG Leyhörn in Ostfriesland<sup>92</sup> (Rampe mit 6% Steigung / spezielle Fensterkonstruktionen).

<sup>90</sup> Quelle: Klaas van Ommeren

<sup>91</sup> <http://finnischenatur.wordpress.com/tag/villa-elfvik/> (Abruf: 23.7.2012)

<sup>92</sup> HITSCH, WOLFGANG (2005): Probleme, Risiken und Chancen des barrierefreien Tourismus. - Diplomarbeit, Institut für Unternehmensführung, Tourismus und Dienstleistungswirtschaft Fakultät für Betriebswirtschaft der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.

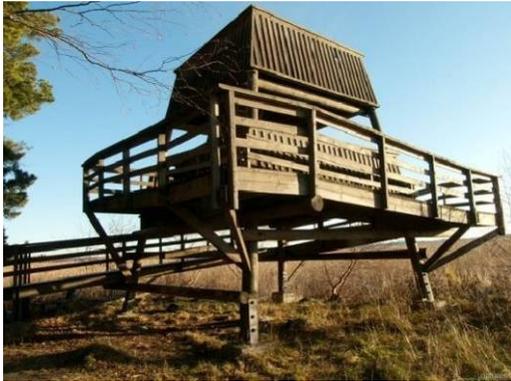


Abbildung 27: Vogelbeobachtungsturm Laajalahti, FIN

Quelle:  
<http://finnischenatur.wordpress.com/tag/villa-elfvik/>



Abbildung 28: Vogelbeobachtungsturm im NSG Leyhörn

Quelle:  
LEBENSILFHE WITTMUND E.V. & RUZ (2002): Natur für alle. Planungshilfe zur Barrierefreiheit 2: Beobachtungs- und Aussichtstürme.

Fragestellungen<sup>93</sup>, die in der Planungsphase eines barrierefreien Vogelbeobachtungsturmes erörtert werden müssen, sind u. a.:

- Ist der Vogelbeobachtungsturm mit einem leicht zugänglichen Weg verbunden? Gibt es Schwellen im Übergang vom Weg zum Turm?
- Gibt es einen barrierefreien Zugang zum Vogelbeobachtungsturm (Rampe mit niedrigem Gefälle)?
- Gibt es Handläufe / Seitengitter bzw. Einfahrhilfen?
- Ist das Holz quergeriffelt für eine Anti-Rutsch-Oberfläche?
- Gibt es eine 1,5 x 1,5 m große Wendefläche?
- Gibt es Bänke mit einer Sitzhöhe von ca. 45 cm im Vogelbeobachtungsturm?
- Gibt es Öffnungen in der Höhe von 70-140 cm, wo Besucher heraussehen können während sie sitzen?

Abmessungen:

- Ist der Innenraum groß genug, damit sich mehrere Besucher leicht bewegen können (min. 4,00 x 2,50 m)?
- Können vorhandene Schautafeln im Sitzen gelesen werden (max. 1,30 m)? Haben sie taktile Elemente?

Weitere Vorgaben bestehen mit der DIN 18040 - Normungsarbeit Barrierefreies Bauen<sup>94</sup> und sind ferner nachzulesen in den Planungshilfen für Barrierefreiheit, herausgegeben

<sup>93</sup> BT Countryside for all abrufbar unter [http://www.fieldfare.org.uk/?page\\_id=53&phpMyAdmin=a83c17410f95a34fc45353e75deec0d6](http://www.fieldfare.org.uk/?page_id=53&phpMyAdmin=a83c17410f95a34fc45353e75deec0d6) (Abruf: 23.7.2012)

<sup>94</sup> <http://din18040.de/din-18040-normungsarbeit-barrierefreies-bauen.htm> (23.7.2012)

von der Lebenshilfe Wittmund e. V. und dem Regionalen Umweltzentrum Schortens e. V. in einem Gemeinschaftsprojekt.

### Durchblick-Panorama<sup>95</sup>

Durchblickspanoramen sind eine besonders geeignete Möglichkeit, Themen, die nicht bzw. nicht permanent sichtbar sind, in der Landschaft zu inszenieren. Es handelt sich dabei um transparente Panoramatafeln, die (a) dem Besucher erklären, was sie in ihrem Original-Blickfeld sehen oder (b) die Vergangenheit in das Blickfeld der Gegenwart rücken.



Abbildung 29: Erläuterung des Berg-Panoramas in Blickfeld<sup>96</sup>

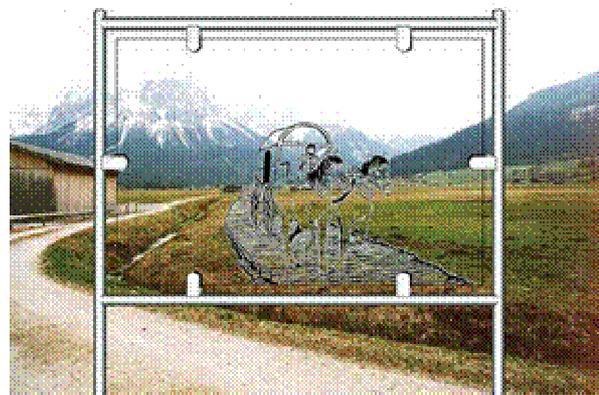


Abbildung 30: Darstellung einer historischen Wegeföhrung<sup>96</sup>

Auf diese Weise werden dem Betrachter einfach und anschaulich Informationen vermittelt, ohne störende Blickwechsel zwischen der Informationstafel / der Karte oder dem Reiseföhrer und dem eigenen Original-Blickfeld. Der Besucher kann sich auf das konzentrieren, was er vor sich sieht.

Das zum Patent angemeldete Konstrukt besteht aus einer wetterbeständigen Tafel mit dazugehörigem Drehstuhl, der an die Größe des Betrachters angepasst werden kann. Dadurch wird gewährleistet, dass jeder Betrachter aus einem bestimmten Winkel und einer bestimmten Höhe durch die Tafel sieht und damit die auf der Tafel abgebildeten, graphischen Elemente in der gewollten Weise im Originalbild reflektiert.

Der Themenweg „Durchblick(e) auf die Keltenstadt am Sandberg“ soll an dieser Stelle beispielhaft angeführt werden. Ziel gerichtet werden hier die Veränderungen in der Landschaft und Siedlungsweise an authentischen Orten visualisiert. Das ehemalige Siedlungsgebiet der Kelten kann mit Hilfe der Tafeln anschaulich und informativ vermittelt

<sup>95</sup> <http://www.authentic-experience.at/>

<sup>96</sup> Quelle: <http://www.authentic-experience.at/node/16>

werden, obwohl heute in der Landschaft keine bzw. nur sehr wenige Bodendenkmale auf die Kelten verweisen.

## Highflyer - Fesselballon

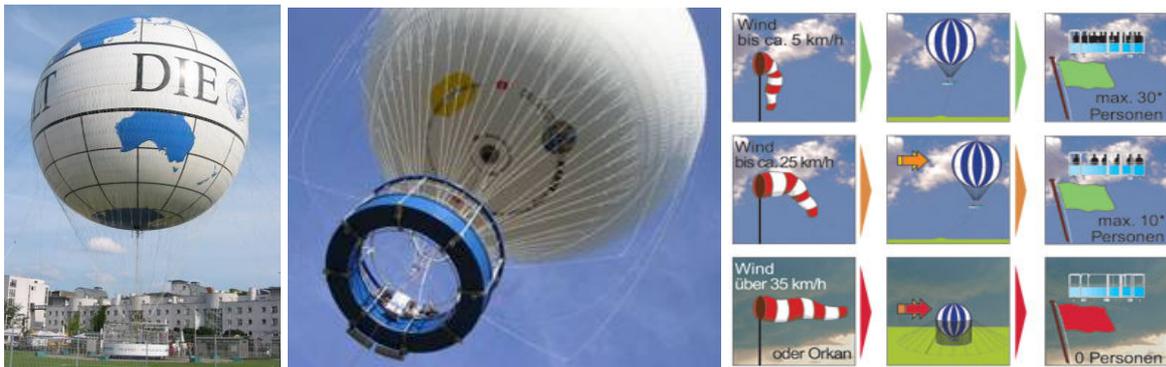


Abbildung 31: HighFlyer<sup>97</sup>

Der Hi-Flyer bzw. HighFlyer ist ein verankerter Fesselballon, der mit Hilfe einer Winde in Höhen bis zu 150 m aufsteigen kann. Die max. 30 Passagiere können gleichzeitig am höchsten Punkt einen 360°-Blick auf die umliegende Landschaft werfen und diese geräuschlos genießen. Die Flugzeit beträgt in der Regel 10 min. Der HighFlyer ist ein Publikumsmagnet, der heute bereits an über 50 Standorten installiert ist, darunter in Metropolen wie Paris, Baltimore, Singapur, aber auch in Berlin und Hamburg. Doch nicht nur Großstädte, auch historische Sehenswürdigkeiten und Naturschönheiten bedienen sich dieser Attraktion, um ihren Gästen einen außergewöhnlichen Eindruck von sich zu gewähren. Marktführer ist bis heute die französische Firma Aerophile, die 1993 erstmals einen Ballon im Park von Schloss Chantilly (Frankreich) installiert hat in Kooperation mit einem deutschen Gasballonhersteller.

### Vorteile des HighFlyers:

einfache Bedienung, minimale Wartungs- und Personalkosten, Marketingmittel mit großer Reichweite in hochfrequentierten Räumen, Kombination aus stationärer Außenwerbung und Luftwerbung, spontane Besucher oder Gruppen, Verkaufserlöse durch angebotene Produkte, Shop, Gastronomie etc., ganzjähriger Betrieb möglich

### Nachteile:

Kosten für Pilotengehalt, Sicherheit, Wetterabhängigkeit, Helium und Versicherung, relativ hohe Eintrittspreise (zwischen 8-19 Euro)

Weitere Informationen sind im Internet verfügbar unter:

- [www.highflyer-hamburg.de](http://www.highflyer-hamburg.de)

<sup>97</sup> Quelle: [www.highflyer-hamburg.de](http://www.highflyer-hamburg.de), [www.pervan.de](http://www.pervan.de)

- <http://www.air-service-berlin.de/index.php/englisch/tickets-airmaschinen/balloon/captive-balloon-hiflyer.html>
- <http://www.aerophile.com/theme/aero2/pdfs/plaquette.AERO30NG.2.pdf>

## Erlebnis-/Themenwege

„Erlebnisse inszenieren“ ist eine Herausforderung, der sich heute immer mehr Tourismusregionen im Wettbewerb um ihre Gäste stellen müssen – das Einzigartige und Authentische bieten, positive und intensive Erfahrungen und Erinnerungen generieren ... . Vielfach sind entsprechende Angebote mit hohen Investitionskosten verbunden, um eine Leuchtturmfunktion für eine ganze Tourismusregion wahrzunehmen.

Erlebnis- und Themenwege sind vor allem auf lokaler Ebene angesiedelt, jedoch nicht minder von Bedeutung. Als ein wichtiges Instrument im Regionalmarketing können sie dem Besucher wie auch Einheimischen ein besonderes Verständnis für die kulturellen und natürlichen Gegebenheiten des eigenen Landstrichs bzw. der Gemeinde auf ansprechende Art vermitteln. Zielgruppenorientiert, kreativ und praxisnah umgesetzt, können über die Themenwege Erlebniswerte im Kontext von Landschaft, Kultur und Geschichte geschaffen und das eigene Radwander-/ bzw. Wanderwegenetz durch einen unverwechselbaren roten Faden bereichert werden. Generell ist jedoch in diesem Zusammenhang darauf zu achten, dass an den vorhandenen regionalen Besonderheiten und Eigenheiten angeknüpft und die bestehenden touristischen Angebote unter einem definierten Thema gebündelt werden.

Die Vorteile für die Förderung des Tourismus vor Ort liegen auf der Hand<sup>98</sup>:

- alltägliche Wanderrouten werden zu interessanten Ausflugszielen
- Belebung der Gastronomie
- innovatives Angebot ohne ständigen Betreuungsaufwand
- Kinder und Erwachsene erleben gemeinsam die Besonderheiten Ihrer Region
- authentische Themen aus der Region steigern das Urlaubserlebnis nachhaltig

Mit Hilfe der Ausweisung und Gestaltung von Themenwegen verfolgen die Gemeinden und Regionen wichtige tourismusbezogene Ziele. Die Bindung bzw. Gewinnung neuer Zielgruppen, die Sicherung von Marktanteilen oder die Schärfung des eigenen Profils seien an dieser Stelle nur beispielhaft genannt. Ferner bieten sie die Chance, die Hauptsaison durch eine bessere infrastrukturelle Auslastung in der Nebensaison zu verlängern.

In der Entwicklungsplanung von Themenwegen sind jedoch bestimmte Maßgaben zu beachten, zu denen die Folgenden zählen:

<sup>98</sup> [http://www.pronatour.com/ger/html/produkte\\_erlebniswege](http://www.pronatour.com/ger/html/produkte_erlebniswege) (23.7.2012)

1. **Ermittlung der Ressourcen und Potenziale** (... natur-/kulturräumliche Gegebenheiten, Infrastruktur, Organisation und Finanzierung...)
2. **Festlegung des Themas** (... Name, Nutzungs- und Qualitätsversprechen, Symbole ...)
3. **Storytelling** (... Konzeption der Erlebnisdramaturgie und ihres Verlaufs ...)
4. **Inszenierung** (... Stimmigkeit, Authentizität, Bedeutsamkeit und Wertigkeit des Themas, Qualitätssicherung, Service- und Zusatzleistungen ...)

Es handelt sich dabei im Wesentlichen um die vier wichtigen Arbeitsschritte in der Vorgehensweise zur Initiierung eines Themenweges, deren Ausgestaltung einen erheblichen Einfluss auf das Endergebnis hat. Dieses wird zugleich durch die Einbeziehung bestimmter Qualitätskriterien beeinflusst, zu denen u.a. folgende zählen:

- verantwortlicher Träger
- ausreichendes Budget/ ehrenamtliches Engagement für Pflege- und Wartungsmaßnahmen
- klares Profil (... Thema, Alleinstellungsmerkmal, Profilierungsschwerpunkte, Zielgruppen, ...)
- Dramaturgie/ Erlebnisgehalt (→ Zielgruppengerechte Inszenierung thematischer Attraktionen/ Erlebnisse an einzelnen Stationen inkl. Sinnesstationen, interaktive Stationen, ...)
- einheitliche und beständige Beschilderung
- enge und branchenübergreifende Kooperationen (... Informationen zu an der Strecke gelegenen Leistungsträgern)
- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (...auch Sa/So/ Feiertage)
- Rundweg
- Angebot an geführten Touren
- Verpflegung, Produkte, Direktvermarkter an der Strecke
- Ausstattung mit Rast-/ Spielplätzen, Ruhe- und Aussichtspunkten
- Vertrieb und Werbung auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene (... Homepage, Kartenmaterial, ...)

Die Schaffung und Einhaltung von Qualitätsstandards spielt für den Erfolg der Erlebnis-/Themenwege eine zentrale Rolle; prägen sie doch die Außenwirkungen des Weges und damit sein Image. Die Qualität und Umsetzung der jeweiligen Erlebnis- bzw. Themenwege ist dabei sehr unterschiedlich und muss mit Blick auf die definierten Zielgruppen und Projektziele im Einzelfall bewertet werden.

Zahlreiche Gemeinden/ Regionen planen oder besitzen bereits einen Themenweg in Ergänzung ihrer touristischen Infrastruktur. Diese Tatsache allein umreißt das Problem, dass in der Gestaltung zukünftiger Wege ein Alleinstellungsmerkmal identifiziert werden

muss, um eine erfolgreiche Positionierung des Produktes am Markt zu fördern und eine Abgrenzung zu den Mitbewerbern zu erhalten. Besucher zeigen heute hohe Erwartungen an das Angebot und die Ausgestaltung eines Themenweges. Ein zielgruppengerechtes Angebot, eine breite Vielfalt innerhalb des Weges und Qualitätsstandards sind hierbei im Besonderen hervorzuheben. Zugleich werden die Inhalte eines Themenweges immer auch nach dem erlebnispädagogischen Ansatz beurteilt.

Das Motto „Mit allen Sinnen spielend lernen und verstehen“ kann dabei allen Alters- und Zielgruppen vermittelt werden. Erlebnis- und Themenwanderwege spiegeln damit auch eine hohe Bedeutung im Bereich der Umweltbildung wider. Statt belehrender Schilder fördert der spielerische Erkenntnisgewinn die Schaffung eines positiven Zugangs zur Natur. Zudem bieten die vorhandenen Stationen eine ideale Ergänzung zu bereits angebotenen Führungen.

Steigende Investitionskosten für immer aufwendigere Stationen und Inszenierungen stellen für Gemeinden und Regionen jedoch auch ein Risiko dar. So müssen die Investitionen grundsätzlich in einem adäquaten Verhältnis zur potenziellen Besucherzahl und -struktur stehen. Pflege- und Wartungsmaßnahmen, aber auch das Monitoring und Erfolgskontrollen müssen als qualitätssichernde Maßnahmen kalkuliert und insbesondere regelmäßig durchgeführt werden. Projektbegleitend gelten daneben Marketingmaßnahmen, die die definierten Zielgruppen aktiv ansprechen und zugleich das Innenmarketing stärken als wesentliche Erfolgsfaktoren. Häufig werden Themenwege feierlich eröffnet und der Öffentlichkeit präsentiert, jedoch ohne eine flankierende und zielführende Marketingstrategie, die im Besonderen der Erhöhung des Bekanntheitsgrades auf regionaler und überregionaler Ebene dient.

Beispielhaft angeführt sei an dieser Stelle der "Genusserlebnisweg der Sinne – Six Senses" in Serfaus (Tirol)<sup>99</sup>, der interaktive Stationen und Erlebnishöhepunkte zu einem Reich aus Sinneseindrücken, Illusionen und übersinnlichen Erfahrungen in sich vereint. Im Mittelpunkt steht hierbei das bewusste Erleben der Natur durch Hören, Riechen, Schmecken, Spüren und Sehen verbunden mit der Wahrnehmung der Grenzen zum Übernatürlichen. Viele Fragen werden entlang des Weges aufgeworfen, so z. B. Was lässt sich spüren aber nicht sehen? Unterliegt die gesamte Natur den bekannten Gesetzen der Physik? Antworten hierauf können natürlich an den einzelnen Stationen spielerisch vermittelt werden; sie lassen sich aber am besten an den attraktiven Aussichtspunkten entlang des Weges noch einmal reflektieren.

---

<sup>99</sup> weitere Informationen verfügbar unter: [www.sommererlebniswelt.at/de/easy-trekking/six-senses.htm](http://www.sommererlebniswelt.at/de/easy-trekking/six-senses.htm)



Abbildung 32: Genusserlebnisweg der Sinne – Six Senses" in Serfaus, Tirol<sup>100</sup>

## Barfußpfade

Barfußpfade sind Gehstrecken, die speziell dem Barfußlaufen dienen und das Abenteuer einer besonderen Sinneserfahrung und Entspannung ermöglichen. Nicht nur Kinder, die allzu gerne ihre Schuhe abstreifen und barfuß laufen möchten, sind die Zielgruppe einer entsprechenden Anlage. Das Barfußlaufen fördert neben der bewussten Sinneswahrnehmung v.a. auch die Gesundheit und Bewegungskompetenz. Hierbei bildet die Auswahl und Abfolge der unterschiedlichen natürlichen Bodenbeläge eine wesentliche Komponente. Zur Anwendung kommen vielfach:

- Kiesel in unterschiedlichen Größen
- Fichtenzapfen und Rindenmulch
- Nadeln der Lärche
- Holz
- Rasen
- Glaskies oder Glassplitt (im Handel erhältliche abgerundete Glasscherben)
- Wasser oder auch Sand und Schlamm.

Sie vermitteln unterschiedliche Reize und schulen durch das langsame Spazieren die Konzentration, trainieren die motorischen Fähigkeiten, regen das Herz-/Kreislaufsystem an und stärken die Abwehrkräfte. Barfußpfade werden damit i.d.R. so angelegt, dass sie vielfältig die Sinne ansprechen und als Naturheilmethode vermarktet werden.

### Allgemeine Regeln:

- langsam gehen
- den Fuß senkrecht aufsetzen und dann abrollen
- den Fuß weit genug anheben
- das meiste Gewicht auf dem Fußballen halten, wo es besser abgedeutet werden kann

<sup>100</sup> Quelle: <http://content.laurentius.at/sommer-erlebniswelt/beschreibungen/de/Erlebnisweg.aspx>; [www.serfaus-fiss-ladis.at/de/sommer/familienparadies/familienwandern/](http://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/sommer/familienparadies/familienwandern/)

- immer den Weg im Auge behalten
- Hunde sind auf den Pfaden nicht gestattet

In Abhängigkeit von ihrer Länge können sie durch Ruhezeiten, multisensuale Erlebnisstationen oder Kneipp-Möglichkeiten ergänzt werden. In diesem Fall spricht man von so genannten Barfußparks, die ihrerseits auf attraktive und besondere Weise die Themen Gesundheit, Wellness, Naturerlebnis und sogar Geschichte miteinander verbinden können.

Die Pfade variieren stark in ihrer Länge; im besten Fall werden Rundwege von 2-3 km Länge konzipiert, die einem normalen Spaziergang ähneln. Aber auch kürzere Strecken von 700 – 1.000 m können, ansprechend gestaltet, eine wahre Anziehungskraft auf Besucher ausüben. Ausschlaggebend ist seine Einbettung in die umgebende Landschaft. So können beispielsweise vorhandene Bachläufe oder auch ein Naturspielplatz mit der Wegführung einfach und effektiv verknüpft werden. Zu beachten bleibt jedoch, dass Parkmöglichkeiten bzw. eine Anbindung an den ÖPNV am Ausgangsort vorgehalten werden.

Barfußparks, die eine entspannte und zum Verweilen einladende Atmosphäre schaffen, wandeln sich heute immer mehr zu originellen Freizeitattraktionen und Ausflugszielen und stärken damit die positive Wahrnehmung der kommunalen touristischen Infrastruktur. Um entsprechende, gesicherte Erlebnisräume für den Fremdenverkehr nutzen zu können, gilt es jedoch, eine regelmäßige Kontrolle, Wartung und Instandsetzung der Wege zu gewährleisten. Diese kann einerseits über ehrenamtliches Engagement oder durch professionelle Wartung erfolgen. Für letztere sollte ein Budget von 0,50 € pro erwartetem Besucher veranschlagt werden. Nur wenn kontinuierliche Pflegemaßnahmen am Barfußweg gesichert sind, kann das Barfußlaufen jederzeit gefahrlos und ungetrübt ausgeübt werden. Weitere Informationen liefern folgende Internetpräsenzen:

- [www.barfusspark.info](http://www.barfusspark.info)
- [www.barfusspfad-24.de](http://www.barfusspfad-24.de)
- [www.hilchenbach.de/tourism/barfussp.htm](http://www.hilchenbach.de/tourism/barfussp.htm) .

Als gelungenes Beispiel für einen Barfußpfad kann der Pfad Hoher Meißner angeführt werden. Dieser liegt im Naturpark Meißner-Kaufunger Wald und verfügt über eine Länge von 1.000 m. 30 Stationen, darunter das Barfußgehen durch den Fichtenwald, über feuchte Erde oder Schafwolle, erlauben den Besuchern vielfältigste Sinneseindrücke.



Abbildung 33: Impressionen zum Barfußpfad im Naturpark Meißner-Kaufunger Wald<sup>101</sup>

## Besucherzentren

Besucherzentren sind heute häufig selbst als Touristenattraktion konzipiert, die neben der Besucherinformation wichtige Aufgaben der Besucherlenkung in Schutzgebieten oder Tourismusdestinationen wahrnehmen. Sie sind Anlaufstelle für Touristen und gleichzeitig Schaufenster einer Region mit vielfach musealem Charakter. Doch die einfache Dauer- ausstellung zu einem bestimmten Thema (z. B. Umwelt und Natur) bzw. einer Region ist heute nicht mehr ausreichend, um Gäste anzusprechen und zu begeistern. Die kreative, anschauliche und zuweilen experimentelle Vermittlung von Informationen und Inhalten steht mehr und mehr im Vordergrund. Dabei unterscheiden sich die Besucherzentren nicht nur nach ihrer thematischen Ausrichtung; Großprojekte mit Leuchtturmcharakter und hoher medialer Präsenz werden immer wieder entwickelt und umgesetzt. Für die Mehrheit der Regionen sind entsprechende Vorhaben jedoch aufgrund fehlender Finanzierungsmöglichkeiten und nicht ausreichendem Besuchervolumen von vornherein kein Thema. Das bedeutet nicht, dass kleinere Vorhaben von mindermem Wert für die regionale Tourismusentwicklung sind. Fakt ist, dass eine Vorhabensentwicklung mit klarem regionalem (authentischen) Bezug, innovativen Ansätzen und einer gesicherten Finanzierung (abgestimmt auf realistisch zu erwartende Besucherzahlen) durchaus vielversprechend ist.

### **Naturzentrum Amrum**

Ein positives Beispiel für ein Naturzentrum ist z. B. das Naturzentrum Amrum<sup>102</sup>, das keinen Eintrittspreis erhebt, sondern auf Spenden der Besucher angewiesen ist. Der informative und erlebnisreiche Spaziergang informiert Besucher über den allgegenwärtigen Sand der Insel (am Strand, in den Dünen, im Watt und sogar in den Dörfern) und informiert mit Hilfe von Aquarien über die Unterwasserwelt an Amrums Küste. Das Kon-

<sup>101</sup> Quelle: Naturpark Meißner-Kaufunger Wald, Eigenbetrieb des Jugend-Freizeit-Bildung des Werra-Meißner Kreises sowie Forstamt Hessisch Lichtenau: Flyer Barfußpfad Hoher Meißner unter <http://www.naturpark-mkw.de/infomaterial/func-startdown/139/>

<sup>102</sup> Quelle: <http://www.naturzentrum-amrum.de/mach1/mach1.html> (24.7.2012)

zept sieht ferner vor, dass „fertige Antworten zum Konsumieren“ nicht präsentiert werden. Vielmehr steht das eigenständige Erleben, Weiterdenken und Hinterfragen im Vordergrund. Insbesondere für Natur- bzw. Vogelbeobachter werden Informationen zu Arten und Möglichkeiten der Beobachtung geboten. Erfahrene Mitarbeiter stehen für Fragen und Führungen jederzeit zur Verfügung.

### ***Naturum Hornborgasjön***

Ein weiteres Beispiel bieten die in schwedischen Schutzgebieten eingerichteten Besucherzentren „Naturum“ – so z. B. das Naturum Hornborgasjön<sup>103</sup>. Neben einer Ausstellung über die Geschichte des Sees und dessen Vogelleben hält es für seine Besucher eine Diashow, einen Aussichtsturm mit Aufzug, Souvenirverkauf und eine Cafeteria bereit. Auf einem Steg, der zum Zentrum führt, kommt man an zwei Beobachtungsständen vorbei, die einen hervorragenden Blick auf die heimische Vogelwelt bieten. Zudem bildet das Naturum den Ausgangspunkt für attraktive Wanderpfade.

### ***Nationalparkzentrum Multimar Wattforum***

Beispiel eines größeren Besucherzentrums ist das Nationalparkzentrum Multimar Wattforum im Nationalpark und UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer in Tönning (Schleswig-Holstein). Als naturwissenschaftliches Erlebniszentrum verfolgt das Konzept des Zentrums das Ziel, die Besucher an die Methoden und Ergebnisse der naturwissenschaftlichen Wattenmeerforschung heranzuführen und zu erklären, warum beispielsweise Salzwiesen für seltene Insekten wichtig sind, wie Seehundbänke geschützt und die Nahrungsgrundlagen für Millionen Zugvögel gesichert werden können. Hier können neben einer Erlebnisausstellung zum regional bedeutsamen Watt, zu Walen und dem Weltnaturerbe mit einmaligen Einblicken und Erlebnissen, Eindrücken und Ansichten zu marinen Lebensräumen auch Spiele, Aktionsstationen sowie spielerischen Elementen wie Kletterwal, Leuchtturm, Krabbenkutter und Wasserspielplatz erfahren werden. Zum Zentrum gehört auch ein Viabono<sup>104</sup> zertifiziertes Restaurant mit regionalen Gerichten. Außerdem vermitteln verschiedene Veranstaltungen wie Nachtführungen, Schiffsfahrten oder Themenabende regionale Besonderheiten und aktuelle Geschehnisse in einmaliger Kulisse. Der Eintritt kostet für Erwachsene 9 €, Kinder ab 4 bis 15 Jahren 6 €.<sup>105</sup>

### ***Besucherzentrum Königsstuhl***

Das Nationalparkbesucherzentrum Königsstuhl im Nationalpark Jasmund auf Rügen bietet eine ähnliche konzeptionelle Gestaltung, thematisch hier zur Erlebniswelt Rügener Kreide-Steilküste und UNESCO Weltnaturerbe Alte Buchenwälder. Es bietet neben einer erlebnisorientierten Ausstellung auch insbesondere Angebote für die Zielgruppe Kinder

<sup>103</sup> Quelle: <http://projektwebbar.lansstyrelsen.se/hornborga/De/besuchsinformation/Pages/naturum-hornborgasjon.aspx> (24.7.2012)

<sup>104</sup> Quelle: <http://www.viabono.de/>; das Kernziel von Viabono ist es, einen modernen umwelt- und klimafreundlichen Tourismus in Deutschland praxistauglich und zugleich glaubwürdig zu zertifizieren und zu fördern

<sup>105</sup> Quelle: <http://www.multimar-wattforum.de/>

und Schulklassen verschiedener Altersstufen wie Kletterwald, Safaris, Rangertouren etc. Der Eintritt kostet für Erwachsene 7,50 €, Kinder von 6-14 Jahren 3,50 €. <sup>106</sup>

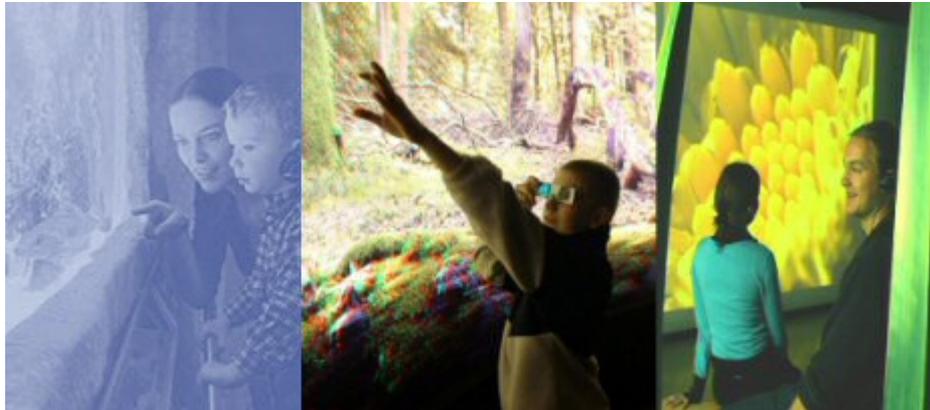


Abbildung 34: Impressionen aus dem Besucherzentrum Königsstuhl <sup>106</sup>

### **Botanika Bremen – Das Grüne Science Center**

Dieses Entdeckerzentrum in Bremen ist ein Beispiel eines in einer Großstadt konzipierten Naturzentrums mit den drei Bereichen „Grüne Welten“, „Grüne Schule“ und „Grünes Forum“. Dabei steht das direkte Erleben und Entdecken von Pflanzen in ihrer Artenvielfalt oder Pflanzenökologie im Mittelpunkt. Zum Erlebniszentrum gehören ein Rhododendronpark sowie ein Botanischer Garten. Im Bereich „Grüne Welten“ stehen ein interaktives Entdeckerzentrum, asiatische Landschaften auf 4.000 Quadratmetern sowie Events mit Erlebnischarakter für verschiedene Zielgruppen im Programm. Die „Grüne Schule“ bietet alters- bzw. Schulklassengerechte Erlebnisprogramme wie Entdeckertouren, Forschermodule, Führungen und Projekte an. Der Bereich „Grünes Forum“ ist ein Treffpunkt von Grünen Wissenschaften und Unternehmen, ein Ort des Austausches und der Vernetzung zwischen Schulen und Universitäten, zwischen Universitäten und Unternehmen, somit von Wirtschaft und Wissenschaft. Vorträge, Seminare oder Fachtagungen zu biologisch-ökologischen Themen wirken vor dieser Kulisse besonders authentisch. Es gibt verschiedene Kategorien von Preisen. Erwachsene zahlen 8,00 €, ermäßigt 6,00 €, Kinder von 6 bis 17 Jahren 3,00 € und Kinder von 0 bis 5 Jahren haben freien Eintritt. <sup>107</sup>

### **Heide-Erlebniszentrum Undeluh**

Schwerpunkt dieses Besucherzentrums ist die Darstellung der Geschichte der Kulturlandschaft Lüneburger Heide anhand von Zeitausschnitten, die Entstehung der Landschaft während der Eiszeiten, die typischen Lebensräume der Heide wie Fließgewässer, Grünland, lichter Wald, Moore und natürlich die Heideflächen mit ihren Pflanzen und Tieren, die historische Heidebauernwirtschaft und dies alles mit modernen Medien. Neben Information sind eine Cafeteria und ein Shop mit regionalen Produkten wie

<sup>106</sup> Quelle: <http://www.koenigsstuhl.com/>

<sup>107</sup> Quelle: <http://www.botanika-bremen.de/>

Heidschnuckenbratwurst oder Heidekartoffeln oder Apfelsaft aus dem historischen Obstgarten der Stiftung Naturschutzpark. In unmittelbarer Nähe befindet sich das NSG Lüneburger Heide mit seinen weiten Heideflächen und schattigen Wäldern.<sup>108</sup>



Abbildung 35: Heide-Erlebniszentrum Undeluh<sup>109</sup>

### **MoorInfoZentrum (MoorIZ) im Ahlenmoor**

Das Infozentrum ist dem Ahlenmoor, größtes Hochmoor im Landkreis Cuxhaven, gewidmet. Eine interaktive Erlebnisausstellung zu Moorerlebnissen nahe des NSG mit Videos und Zeichentrickfilm, Installationen mit moortypischen Pflanzen- und Tierarten und Comic-Moorspiel, eine Aussichtsterrasse und regionale Spezialitäten im Café sowie ein Naturerlebnis-Spielplatz gehören zur Ausstattung. Von der Aussichtsetage, die sich darüber befindet, kann man den Charakter des Ahlenmoores aus der Vogelperspektive einfangen, und sich außerdem in eine begehbare, 54 m<sup>2</sup> große Satellitenaufnahme von der Region zwischen Bremen und Cuxhaven vertiefen. Des Weiteren sind Moorbahnfahrten sowie Moorerkundungen zu Fuß und per Rad auf mehreren ausgeschilderten Moorpfaden als touristisches Angebot prägend. Für Gruppen und Schulklassen stehen im ehemaligen Torfwerk ein Schülerlabor mit Experimentierwerkzeug und ein Seminarraum zur Verfügung; im Außenbereich locken Fühlkästen, Audiostationen, ein Barfußpfad und ein Irrgarten vor allem junge Moorbesucher an.<sup>110</sup>

### **Fotohütten**

Ein besonderes Beispiel für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote und Infrastruktur bieten die Fotohütten im Bereich der Günzer Vogelwiesen (Rügen-Bock-Region / LK Vorpommern-Rügen). Naturfotografen wird hier die seltene Möglichkeit gegeben, aus angemieteten Hütten die Kranichrast aus nächster Nähe zu fotografieren. Während der

<sup>108</sup> Quelle: <http://www.natur-erleben.niedersachsen.de/>

<sup>109</sup> Quelle: <http://www.natur-erleben.niedersachsen.de/karte/poi-900000003-1005.html>

<sup>110</sup> Quelle: <http://www.ahlenmoor.de/moorinformationszentrum-mooriz/>

Rastzeiten stehen 3 Fotoverstecke zur Verfügung, die ausgelegt sind für die Nutzung durch max. 2 Personen. Für die Nutzung wird eine Spende von 60 € (1 Person) bzw. 80 € (2 Personen) pro Tag erbeten. Weitere Informationen finden sich unter: <http://www.kraniche.de/Aktionen/Fotohuetten.shtml>.



Abbildung 36: Beispiel einer Fotohütte<sup>111</sup>

## Erlebniswald

Der ErlebnisWald Solling ist ein besonderes Beispiel dafür, wie das Thema Wald für Groß und Klein erlebbar gestaltet werden und das Verständnis für das Ökosystem vertieft werden kann. Als Lern- und Lehrwald konzipiert, bietet er auf 12 ha Fläche ein facettenreiches Angebot. Dieses reicht von einem aufwendig gestalteten Naturlehrpfad mit 10 Erlebnisstationen wie z. B. der Erdhöhle, dem 25 m hohen Klimaturm, dem Waldlabor, dem Duftgarten oder dem Naturspielplatz bis hin zum Waldatelier als Veranstaltung- und Ausstellungsort sowie dem Baumhaushotel. Letzteres erhielt 2011 den Innovationspreis für Tourismus. Seine Lage inmitten des ErlebnisWaldes, der im Rahmen der EXPO 2000 seinerzeit angelegt worden ist, bietet ein einzigartiges Naturerlebnis, jenseits der Hektik des Alltags. Die heute 7 Holzhäuser befinden sich in 4 bis 7 m Höhe und haben jeweils einen ganz eigenen Charme, z. B. das Sternengucker-Haus, welches den direkten Blick vom Bett in den Sternenhimmel gewährt oder das Rundhaus, das komplett um einen Baum herum konzipiert wurde. Hauptzielgruppe des ErlebnisWaldes Solling sind Familien mit Kindern, Schulklassen, Jugendliche und Wanderer.

<sup>111</sup> Quelle: [www.kraniche.de/Aktionen/Fotohuetten.shtml](http://www.kraniche.de/Aktionen/Fotohuetten.shtml)



Abbildung 37: Impressionen aus dem ErlebnisWald Solling<sup>112</sup>

Weitere Beispiele für einen Erlebniswald finden sich mit dem Erlebniswald Trappenkamp in Schleswig-Holstein sowie mit dem Hirsch Erlebniswald in Baden-Württemberg.

### Baumhaushotels

Das Übernachten in Baumhäusern spiegelt oft einen Kindheitstraum wider, den wenige Hotels heute verwirklichen. Der Alltag wird hinter sich gelassen, neue Erfahrungen gemacht und morgens der Tag aus der Eichhörnchenperspektive begrüßt. Die Nacht in dem ungewöhnlichen Hotelzimmer erlaubt es dem Gast, Natur pur zu jeder Tageszeit zu genießen und dabei frische Inspirationen zu schöpfen. Es ist ein Nischenprodukt, das stetig wächst. Dabei gleicht kaum ein Baumhaushotel dem anderen, denn Ziel ist es vordergründlich, das Projekt in die vorhandene natürliche Umgebung einzubetten. Zudem variieren Standard und Ausstattung – von einfachen Beherbergungen ohne W-Lan und Sanitärbereich bis hin zu Baumhäusern, die hohen Designanforderungen entsprechen. Gleich bleibt ihnen die sichere Abgeschlossenheit zwischen den Bäumen bzw. Baumwipfeln.

Hochsaison sind den Baumhaushotels naturgemäß die Sommermonate, wobei einzelne Anlagen durchaus über eine Heizung verfügen. Familien mit Kindern, Großeltern mit ihren Enkeln oder auch Paare bilden häufig die bedeutendsten Zielgruppen. Allerdings werden Baumhäuser auch immer wieder durch Firmen gemietet, zum einen für Betriebsausflüge, zum anderen aber auch für Seminare und Workshop, falls in der näheren Umgebung auch Veranstaltungsräume angeboten werden. Nachfolgend werden in Kürze zwei Beispiele dargestellt.

<sup>112</sup> Quelle: [www.wrg-goettingen.de](http://www.wrg-goettingen.de), [www.erlebniswald.de](http://www.erlebniswald.de), [www.outdoractive.de](http://www.outdoractive.de)

### **Tree-Inn: das Baumhaushotel<sup>113</sup>:**

Das exklusive Baumhaus befindet sich im Wolfcenter Dörverden in 5 m Höhe mit direktem Blick in das Gehege von sechs Jungwölfe. Zu erreichen ist das voll ausgestattete Haus über eine Seilhängebrücke. Die Räumlichkeiten umfassen u. a.:

- Doppelbett & Ausziehbett sowie Wandschränke sowie Nachttische
- Sitzecke mit drei Stühlen und einem kleinen Esstisch
- Mini-Bar mit Weinkühler, Safe, Flachbildfernseher
- Telefon zum Empfang/Restaurant, Internetzugang über WLAN
- Wassertoilette und Waschbecken, Whirlpool mit 18 Düsen
- Heizung (im Winter)



Abbildung 38: Baumhaushotel Tree-In im Wolfcenter Dörverden<sup>113</sup>

Maximal drei Personen finden Platz im 30 m<sup>2</sup> großen Innenbereich mit 7 m langer Glasfront sowie 30 m<sup>2</sup> großen Dachterrasse mit Sitzmöglichkeiten in 8 m Höhe. Frühstück wird im Restaurant "Wolfsrevier" serviert; Zimmerservice ist möglich.

Die Paketpreise für das komplette Baumhaus (inkl. Parkeinritt, Fotoklappenschlüssel und Frühstück) belaufen sich auf:

- Hauptsaison (15. Mär - 31. Okt): 350 € pro Nacht / 635 € pro Wochenende
- Nebensaison (1. Nov - 14. Mär): 250 € pro Nacht / 460 € pro Wochenende

### **Treehotel in Harads, SW<sup>114</sup>:**

Das Treehotel in Harads liegt im schwedischen Lappland, nur 80 km südlich des Polarkreises inmitten der unberührten Natur – in einem Kiefernwald mit spektakulärem Blick auf den Lule River. In dem Waldgebiet rund um den kleinen Ort Harads sind insgesamt 24 Zimmer geplant. Davon sind bereits fünf im Jahr 2010 erbaut worden, entworfen von einigen der führenden Architekten Skandinaviens. Weitere Häuser werden noch im Jahr 2012 fertig gestellt. In Ergänzung der Baumhäuser entstand bereits eine Baumhaus-Sauna, die für bis zu zwölf Personen zugelassen ist.

<sup>113</sup> Quelle: [www.treeinn.de](http://www.treeinn.de) (Abruf: 06.09.2012)

<sup>114</sup> Quelle: [www.treehotel.se](http://www.treehotel.se) (Abruf: 06.09.2012)

Die exklusiven zwei- bis Vier-Personen-Häuser spiegeln die besondere schwedische Architektur und Ausstattung wider, wobei jedes Zimmer einzigartig in der Auswahl der Möbel, Leuchten und Textilien ist. Die Größe variiert zwischen 15 m<sup>2</sup> und 30 m<sup>2</sup>.

Tabelle 23: Baumhäuser des Tree-Hotel Harads<sup>114</sup>

The Cabin – Preise<sup>115</sup>:

2 Personen: 470 €

1 Person: 360 €

Zusätzliches Kind: ca. 50 €

Baby / Kleinkind 0-2 Jahre: frei



The Mirrorcube – Preise<sup>115</sup>:

2 Personen: 525 €

1 Person: 360 €

Zusätzliches Kind: 50 €

Baby / Kleinkind 0-2 Jahre: frei



The Bird's Nest – Preise<sup>115</sup>:

2 Personen: 470 €

1 Person: 360 €

Zusätzlicher Erwachsener: 87 €

Zusätzliches Kind: 50 €

Baby / Kleinkind 0-2 Jahre: frei



<sup>115</sup> alle Preise beinhalten: reichhaltiges Frühstücksbuffet; inkl. MwSt. (gilt für alle Baumhäuser)

---

The Blue Cone – Preise<sup>115</sup>:

s. The Bird's Nest



---

The UFO – Preise<sup>115</sup>:

s. The Bird's Nest



---

The Tree Sauna – Preise<sup>115</sup>:

Gäste des Treehotel:

Erwachsene: 12 € pro Person

Kinder: 6 € pro Person

Private Buchung der Sauna:

Für 4 Personen: 118 €

Für jede weitere Person:

Erwachsene: 18 € pro Person

Kind: 6 € pro Person



---

Der Preis beinhaltet: 2 h Sauna / Ruhebereich. Shampoo, Conditioner, Seife, Handtücher und Slipper für jeden Gast. Außen: hot tub – Gebühr: 1.500 SEK

---

Die Anmeldung der Besucher erfolgt in einer Pension im nahegelegenen Ort Harads (Britta Pensionat), von wo aus dann nur noch 5 Gehminuten zum gebuchten Baumhaus sind. Alle Zimmer befinden sich in 4-6 m Höhe und sind über Rampen, Brücken oder eine elektrische Treppe erreichbar.

Ziel war es die Installation sowie den täglichen Betrieb mit nur minimalen Auswirkungen auf die Natur zu bewerkstelligen. Jedes Zimmer verfügt somit über eine moderne, umweltfreundliche Kompost-Toilette und wassersparende Waschbecken.

## Kletterwald / Teamparcours

Kletterwälder, Hochseilparks, Waldseilparks oder Abenteuerparks – die Bezeichnungen für das besondere, sportive Erlebnis mit einem gewissen Faktor an Überwindung, Kraft und Geschick stiften heute vielfach Verwirrung. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um zwei Grundkonzepte: Waldseilparks (oder auch Kletterwälder), die in bewaldetem Gebiet errichtet und an lebenden Bäumen schonend befestigt werden sowie Hochseilgärten, die mit Hilfe künstlich errichteter Pfähle installiert werden. Beide Formen haben sich in den vergangenen Jahren in ganz Europa durchgesetzt, insbesondere in touristisch geprägten Gebieten. Zu beachten bleibt, dass naturgemäß die Anlagen selbst weiter entwickelt werden und damit auch ihre Konzepte; Mischformen entstehen. Beide o. g. Konzepte vereint jedoch der Gedanke, dass mit Hilfe der Grundbewegungsformen wie z. B. Steigen, Hangeln, Balancieren, Halten, Rutschen, Gleiten, Springen eine Vielzahl künstlicher Hindernisse aus Netzen, Seilen und Holzelementen in unterschiedlichen Höhen überwunden werden müssen. Die Grundformen beider Konzepte werden an dieser Stelle nachfolgend dargestellt:

### **Waldseilpark (Kletterwald):**

In den Waldseilparks steht das eigenverantwortliche Durchqueren der ausgewiesenen Parcours im Vordergrund, deren Übungen in der Regel nacheinander und einzelne absolviert werden. Ausgebildete Trainer sind immer in der Nähe, um ggf. Hilfestellung zu leisten; sie begleiten den Gast jedoch nicht unmittelbar. Waldseilparks sind zumeist sehr umfangreich in der Anzahl ihrer Parcours und Übungen (bis zu 100).

Zielgruppe dieser Parks, die verschiedene Schwierigkeitsgrade bieten, sind in erster Linie Einzelgäste und spontane Gruppen (auch Familien). Die Eintrittspreise liegen zwischen 15 und 23 € für 2-3 h Kletterzeit.



Abbildung 39: Impressionen eines Kletterwaldes<sup>116</sup>

Ein zusätzliches Angebot in Waldseilparks umfasst heute die Übernachtung auf dem Gelände:

<sup>116</sup> Quelle: [www.crossevent.de](http://www.crossevent.de); [www.berghuette-baerenfalle.com](http://www.berghuette-baerenfalle.com)

#### Port a Ledge:

- 1 Nacht im Schwebbett in 6-7 m Höhe
- Schlafgelegenheit ist an den dicksten Ästen des Baumes befestigt
- Auf- und Abstieg ist ausschließlich durch einen Trainer möglich
- Preis: 250,00 € / Person; Teilnehmerzahl ab 2-4 Personen<sup>117</sup>



Abbildung 40: Port a Ledge<sup>118</sup>

#### Schlafen auf der Plattform:

- 1 Nacht auf einer, zwischen den Bäumen, befestigte Plattform in 7-10 m Höhe
- gesicherter Auf- und Abstieg ist jederzeit über ein Leitersystem möglich
- Preis: 125,00 € / Person, Teilnehmerzahl: mind. 4 Personen<sup>119</sup>



Abbildung 41: Schlafen auf der Plattform<sup>118</sup>

Das Angebot besteht u. a. im Waldseilgarten Höllschlucht sowie im Waldseilpark Rügen.

#### **Hochseilgarten**

Die auf künstlich errichteten Pfählen installierten Hochseilgärten, können im Gegensatz zu Waldseilgärten auf Freiflächen aufgestellt werden – ein Vorteil, der die Entwicklung mobiler Anlagen heute begünstigt. Hauptzielgruppen sind hier v. a. Unternehmen, die von einem Trainer exklusiv betreut und begleitet werden. Voranmeldungen sind daher notwendig. Im Fokus stehen Teambuilding-Events mit herausfordernden Outdoor-Aktivitäten, die vielfach nur im Team gelöst werden können und das mit Hilfe von Schlüsselqualifikationen wie z. B. Planen, Kreativität, Kritik und Problemlösungskompetenz. Beispielhaft genannt sei die Top-Rope- Sicherung, im Rahmen derer ein Kletterer durch ein weiteres Gruppenmitglied gesichert werden muss. Verantwortung und Vertrauen

<sup>117</sup> Angaben beziehen sich auf das Angebot des Waldseilgartens Höllschlucht. [www.waldseilgarten-hoellschlucht.de](http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de) (Abruf: 10.09.2012). die Leistung umfasst: Eintritt Waldseilgarten, Schlafsack auf Wunsch, Isomatte, Verpflegung (Abendessen und Frühstück im Baum), Einweisung im Waldseilgarten in die nötige Kletter- und Seiltechnik zum Auf- und Absteigen per Seil ins „Bett“. Ein aktives Mitmachen an allen Arbeiten und Aufbauten wird erwartet. Je nach Ort Gehzeiten ca. 20 - 45 min. mit Seil, Bett und Menü im Gepäck.

<sup>118</sup> Quelle: [http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de/schlafen\\_im\\_baum.html](http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de/schlafen_im_baum.html)

<sup>119</sup> Angaben beziehen sich auf das Angebot des Waldseilgartens Höllschlucht. [www.waldseilgarten-hoellschlucht.de](http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de) (Abruf: 10.09.2012). Die Toiletten mit Waschmöglichkeit befinden sich in unserer Massivholzhütte und sind in wenigen Minuten zu erreichen. Eine erfrischende Dusche bietet der Wasserfall am Ausgang der Höllschlucht.

sollen auf diese Weise innerhalb der Gruppe generiert und verankert werden. Damit ist ein wesentlicher Erfolg des Teamtrainings die Verbesserung der sozialen Kompetenzen.



Abbildung 42: Impressionen eines Hochseilgartens, Teambuilding-Maßnahmen<sup>120</sup>

Die Kosten des Trainings variieren stark aufgrund der individuellen Ausrichtung und des Umfangs des Events; sie sind aber höher anzusetzen als im oben vorgestellten Waldseilpark.

Eine besondere Attraktion und Dimension eines Hochseilgartens stellt der Team Tower im hessischen Poppenhausen dar. Dabei handelt es sich um einen 21 Meter hohen Kletterturm, der verschiedene Höhen- und Schwierigkeitsgrade sowie Schaukeln, Netze, Ausleger, Leitern, Klettergriffe und Schwebebalken in sich vereint. Zur Kletteranlage gehört auch ein Niederseilgarten.



Abbildung 43: Team Tower in Poppenhausen a. d. Wasserkuppe<sup>121</sup>

Ein weiteres Beispiel für einen Hochseilgarten stellt die Anlage in Isarwinkel, Bayern ([www.hochseilgarten-isarwinkel.de](http://www.hochseilgarten-isarwinkel.de)) dar, die durch ihre Architektur und kreativen Parcours besticht. Drei Ebenen, auf denen sich insgesamt 90 Stationen in einer Höhe von 0 m bis 15 m verteilen, beherbergen künstliche Hindernisse (u. a. Seile, Balken, Reifen, Drahtseile, Gondeln, Liftbügel, Skateboards) und Übungen in allen Schwierigkeitsgraden. Als Highlight auf dem Gelände gilt die 800 m lange Flying Fox Bahn, an der der Gast mit einer Geschwindigkeit von bis zu 40 km/h von Baum zu Baum gleitet.

<sup>120</sup> Quelle: [www.jochen-schweizer.de](http://www.jochen-schweizer.de); [www.hochseilgarten360.de](http://www.hochseilgarten360.de); [www.hirschfeld.de](http://www.hirschfeld.de)

<sup>121</sup> Quelle: [www.ehrenberg-rhoen.de](http://www.ehrenberg-rhoen.de)



Abbildung 44: Hochseilgarten und Flying Fox, Isarwinkel<sup>122</sup>

Das Flößer- und Naturerlebnisdorf an der Enns beherbergt neben einem Hochseilgarten auch eine Hängeseilbrücke, die das Dorf mit einer Floßanlandestelle verbindet. Die Brücke ist aus Metall gefertigt, 114 m lang und schwebt zwischen 6 m und 12 m über dem Wasserspiegel. Die Überquerung der Brücke kostet 2 € pro Person (Drehkreuz, bei Gruppen mit Voranmeldung kann das Drehkreuz geöffnet und die Gruppe auch gesamt abgerechnet werden). In den Sommermonaten kann die Brücke sonntags kostenlos überquert werden (keine Gruppen).



Abbildung 45: Hängeseilbrücke im Flößer- und Naturerlebnisdorf an der Enns<sup>123</sup>

Neben den dargestellten Konzepten sind heute weitere Parktypen zu finden; wenn auch weniger stark verbreitet:

Flying Fox Park	Flying Fox Park ist eine Anlage, die nur aus Seilbahnen/ -rutschen bestehen (15 – 100 m lang). Als Ein-Seil-Brücke konzipiert, dient die Vorrichtung der Überquerung von Schluchten und Flüssen mit Hilfe eines Karabinerhakens. Zielgruppen für den Flying Fox Park sind u. a. vor-Ort Urlaubsgäste, Tagesgäste, Vereine und Sportgruppen, Event- und Incentivegruppen, Schulklassen, Jugendgruppen oder auch Familien. Die Benutzung stellt keine besonderen Ansprüche an Fitness oder körperliche Verfassung; nach fachgerechter Einweisung kann der Park selbstständig durchquert werden. Die Schnelligkeit kann beeinflusst werden, indem man die Plattform mit mehr oder weniger Schwung verlässt. Die Eintrittspreise können aufgrund der hohen Teilnehmerfrequenz und des niedrigen Personalbedarfs moderat gestaltet werden
-----------------	--

<sup>122</sup> Quelle: [www.hochseilgarten-isarwinkel.de](http://www.hochseilgarten-isarwinkel.de)

<sup>123</sup> Quelle: [www.floesserdorf.at](http://www.floesserdorf.at)

Mobile Kletteranlagen	Mobile Kletteranlagen sind kleinere Ableger der Hochseilgärten, die u. a. auf Volksfesten aufgebaut werden und dem Besucher die Möglichkeit zum Ausprobieren geben.
Niedrigseilgärten	Niedrigseilgärten sind zum Teil in Waldseilparks integriert; sie sind derzeit aber auch populär im Einsatz pädagogisch arbeitender Einrichtungen und kommen zur Anwendung in der Förderung psychomotorischer Entwicklung und sozialer Kompetenzen. Aufgrund der geringen Höhe kann auf besondere Sicherungssysteme verzichtet werden; die Seile sind in Absprunghöhe angebracht (zumeist unter 1 m).

## Fischerhof

Das Erlebnis Fischerhof lässt sich eindrucksvoll an der Müritz erfahren, wo in der Vergangenheit 8 Fischerhöfe in Waren (Müritz), Boek, Vipperow, Röbel, Eldenburg, Damerow, Malchow und Plau am See aufgebaut worden sind. Das Konzept der Müritzfischer umfasst dabei Häuser mit direktem Zugang zum Wasser bzw. Steg zum Angelsee, Ruderboot, Fischausnahmeplatz, Grill- und Räuchermöglichkeit, Tiefkühltruhe, Trockenmöglichkeit für Angelsachen etc. Damit kann der Gast hier nicht nur in angenehmer Atmosphäre frangfrischen Fisch genießen, sondern auch sein Wissen über die Fische der Müritzregion auf zwei Lehrpfaden bzw. im Bruthaus des Fischerhofes Boek erweitern, zu Angelausflügen aufbrechen oder Urlaub in einer Ferienwohnung verbringen. Urlaub auf dem Fischerhof kann in Eldenburg, Malchow und Vipperow gebucht werden. Die insgesamt 11 Ferienwohnungen bieten Entspannung in herrlicher Natur mit Wasserblick, geeignet für Angelfreunde und Naturliebhaber gleichermaßen.

Die Preise für 3 Übernachtungen und mehr belaufen sich jeweils auf 70 € pro Ferienwohnung und Übernachtung für max. 2 Personen. Für jede weitere Person werden 5 € pro Übernachtung berechnet. Im Preis enthalten sind die Erstausrüstung Bettwäsche, Internetanschluss (nur in Eldenburg) sowie die Benutzung des Grill- und Parkplatzes. Zusätzlich gebucht werden kann u. a. ein Angelboot mit Benzinmotor (55 € / Tag bzw. 275 € / Woche) oder ein Angelboot mit Elektromotor (80 € / Tag bzw. 400 € / Woche). Weitere Informationen sind auf der Internetpräsenz der Müritzfischer verfügbar ([www.mueritzfischer.de](http://www.mueritzfischer.de)).



Abbildung 46: Impressionen der Fischerhöfe an der Müritz (Waren (Müritz), Eldenburg, Boek)<sup>124</sup>

<sup>124</sup> Quelle: [www.mueritzfischer.de](http://www.mueritzfischer.de)

### 2.5.3 Beispiele Angebote

#### GPS Guide

Der Einsatz von GPS-Technologien in Schutzgebieten kann eine praktische Ergänzung im Besucher-Management darstellen, bspw. durch seinen Beitrag zur Besucherlenkung. Themenrouten, Sehenswürdigkeiten und sehenswerte Objekte können auf den GPS-Geräten bzw. Smartphones der Touristen sichtbar gemacht werden. Durch die Beschreibung der Routen und Highlights werden die Besucher dabei automatisch zu bestimmten Bereichen geführt – weg von Sperrzonen oder Bereichen, die nicht allzu häufig frequentiert werden sollen.

Die virtuelle Navigation stellt einen Mehrwert dar, den reguläre Besucher-Leitsysteme nicht haben:

- Unterstützung der Gäste bei der Planung ihrer Reise wie auch während der Tour
- regelmäßig Ergänzung neuer Sehenswürdigkeiten möglich, ohne dass das gesamte Informationssystem verändert werden müsste (z. B. wie bei Informationstafeln, Printmaterialien)
- Beitrag zur Umweltbildung durch Vermittlung umfassender Informationen zu Sehenswertem in der Natur / Hintergründen für Beschränkungen und Sperrzonen
- Evaluierung des Besucherverhaltens, ihrer Vorlieben und Bedürfnisse dank statistischer Auswertung der abgerufenen Daten (→ Rückschlüsse zu interessantesten und meist besuchten Gebieten möglich) / Nutzung der Ergebnisse für eine möglicherweise notwendige Anpassung des Wanderwegenetzwerkes bzw. Eingangsbereiche

Die moderne Vermittlung von Natur- und Umweltinhalten erfolgt heute bereits in einigen Schutzgebieten über neu entwickelte GPS-Erlebnistouren, so z. B. im Müritz-Nationalpark. Hier wurden 6 unterschiedlich lange Touren ausgearbeitet, darunter 5 Wandertouren und 1 Radtour, die die Besucher des Parks zu den Schätzen der Natur leiten. Jede Station liefert über Bild-, Ton- und Textdokumente multimediale Informationen zur heimischen Natur und Kultur, die parallel landschaftlich-ökologische und kulturelle Zusammenhänge verdeutlichen. Die Informationen sind in deutscher und englischer Sprache verfügbar sowie gleichermaßen für sehbehinderte Menschen abrufbar.



Abbildung 47: GPS-Nutzung im Müritz Nationalpark<sup>125</sup>

<sup>125</sup> Quelle: [http://www.mueritz-nationalpark.de/cms2/MNP\\_prod/MNP/de/Urlaub/GPS-Erlebnistouren/index.jsp?](http://www.mueritz-nationalpark.de/cms2/MNP_prod/MNP/de/Urlaub/GPS-Erlebnistouren/index.jsp)

Weitere Informationen können auf der Internetpräsenz des Müritz-Nationalparks abgerufen werden unter [www.muertiz-nationalpark.de](http://www.muertiz-nationalpark.de).

## Geocaching

Das Geocaching hat sich als Outdoor-Aktivität in den vergangenen Jahren weltweit zu einem beliebten Freizeitvergnügen entwickelt, das dem Spaß am Draußensein, an der Schatzsuche in z. T. unwegsamem Gelände oder auch der Knotelei in besonderem Maße Rechnung trägt. Es ist ungefähr gleich zu setzen mit einer modernen Form der Schnitzeljagd, die mithilfe eines GPS-Gerätes erfolgt und darauf abzielt, die Koordinaten bestimmter, geheimer Orte in der Landschaft (z. B. in den Brohmer Bergen; erweiterbar auf gesamte Region) zu suchen und dabei einen „Schatz“ (engl. cache) zu entdecken.

Bei den so genannten Caches handelt es sich um kleine Behältnisse, in denen ein Logbuch, ein Stift, eine Gebrauchsanleitung bzw. eine hinweisende Erklärung für „unwissende Finder“ sowie kleine Dinge zum Tausch hinterlassen werden. Oftmals werden sie in unwegsamem Gelände, an Böschungen, im Dickicht oder an Astgabelungen versteckt – an Orten und in Landschaften, die reizvoll, aber wenig zugänglich sind (dabei handelt es sich ausschließlich um öffentliche Plätze).

Die GPS-Koordinaten können durch den entsprechenden Anbieter (u. a. Touristinformationen der Region, Leistungsträger) an die Schatzsucher weitergegeben oder auch auf Internetseiten wie [www.geocaching.com](http://www.geocaching.com) oder [www.opencaching.de](http://www.opencaching.de) veröffentlicht werden.

Der Weg ist hier das Ziel und so haben viele touristische Gemeinden das Geocaching als Outdoor-Freizeitaktivität bereits für ihr Marketing entdeckt und eigene kleinere Routen oder auch Tagesevents entwickelt. Sie versprechen ihren Gästen den „etwas anderen Tagesausflug“ – eine Schatzsuche mit einer Portion Heimatkunde und Geschichtserlebnis. Der Reiz der Tour liegt gleichermaßen im Geheimnisvollen und Unerwarteten sowie im bewussten Entdecken der Umgebung und Landschaft. Dabei wäre es gleichermaßen möglich verschiedene kleine Routen parallel zu etablieren, die durch unterschiedliche Anbieter gepflegt werden und z. B. einen unterschiedlichen Schwierigkeitsgrad aufweisen.

Der Aufbau einer Geocachingtour ist mit einem relativ geringen finanziellen Aufwand verbunden; lediglich das Ausarbeiten der Route, die Identifizierung der Verstecke, die Pflege der Caches sowie die Veröffentlichung der GPS-Koordinaten erfordert eine gewisse zeitliche Flexibilität. Denn um eine Route attraktiv und dauerhaft zu vermarkten, ist es von erheblicher Bedeutung, dass die Caches und der Weg regelmäßig überprüft und gewartet werden. Es wäre fatal, wenn ein Schatzsucher unterwegs nicht weiterkommt, weil entscheidende Hinweise fehlen. Parallel gilt es allen Teilnehmern zu vermitteln, dass sie selbst bestimmte Regeln zu beachten haben. Dazu zählen i. W.:

- Die Caches müssen unentdeckt geborgen werden, d. h. die ‚Bergung‘ des Schatzes sollte erst erfolgen, wenn sichergestellt ist, dass kein Unbeteiligter etwas davon mitbekommt.
- Wenn Dinge im Cache getauscht werden, sollte dieses im Logbuch vermerkt werden.
- Am Ende sollte alles wieder so verborgen werden, wie der Sucher es vorgefunden hat – einschließlich möglicher Tarnungen.

Wird eine Geocachingtour durch eine Touristinformationsstelle der Region aufgebaut, ist es zudem attraktiv, einen Fotowettbewerb zu integrieren. Unter den eingesandten Fotos (mit Bezug zum Thema Natur, Geologie, Historisches, ...) könnte dann 2 x im Jahr ein Preis verlost werden, der einerseits ein adäquates Mittel der Kundenbindung darstellt sowie andererseits den Vorteil darstellt, dass diese Fotos für das künftige Marketing der Region genutzt werden könnten.

### 3 Strategische Positionierung und Ableitung von Maßnahmen

Aus den gewonnenen Erkenntnissen aus Bestandsanalyse, Umfeld- und Marktanalyse sowie den Ergebnissen aus Workshop und Einzelgesprächen mit Akteuren der Region, den definierten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken bezüglich der touristischen Potenziale sowie der zukünftigen Ausrichtung auf einen nachhaltigen Tourismus in der Region Galenbecker See werden im Folgenden ein Leitbild für die Region sowie konkrete Handlungsziele mit sich daraus ableitenden Handlungsmaßnahmen formuliert.

In einem relativ kurzen Zeitrahmen wurde versucht, gemeinsam mit den Akteuren vor Ort den Leitbildprozess voranzubringen und Ideen und Vorschläge für Alleinstellungsmerkmale, konkrete Ziele sowie sich daraus ableitende Handlungsmaßnahmen in das Konzept aufzunehmen und zu integrieren.

#### 3.1 Leitbild und Alleinstellungsmerkmal

Das touristische Leitbild, das die Visionen und Ziele der zukünftigen touristischen Entwicklung beschreibt, ist Ergebnis der dezidierten Analyse des Stärken-Schwächen-Profiles der Region sowie ihrer Entwicklungsmöglichkeiten. Nur eine klare Definition der gemeinsamen Ziele ermöglicht eine sinnvolle Bündelung der Kräfte, um gemeinsame Strategien und Aktivitäten zu entwickeln.

Ausgehend von einem definierten Alleinstellungsmerkmal werden für die Region Galenbecker See zehn Hauptziele formuliert, aus denen drei Maßnahmenfelder mit einzelnen konkretisierten Maßnahmen und Projekten herauskristallisiert werden.

##### **Leitbild**

Das Leitbild als klar formulierte und langfristige Zielvorstellung der Region Galenbecker See benennt spezifische Strategien und Kommunikationsziele, mit deren Umsetzung bzw. Erreichen eine angestrebte Entwicklung verfolgt werden soll. In der Entwicklung einer entsprechenden Vision gilt es zunächst die folgenden Fragen zu beantworten:

- Wer sind wir und wer wollen wir sein? ... Identität / Image
- Wo liegen unsere Stärken und Schwächen? ...Potenziale
- Wodurch heben wir uns von anderen Regionen ab? ... Alleinstellungsmerkmal
- Welche Leistungen bieten wir an und welche bieten wir künftig an? ... Angebotsstruktur / Themen / Produkte
- Wer sind unsere jetzigen Gäste und welche Zielgruppe wollen wir auch künftig ansprechen? ... Zielgruppen / -märkte
- Wie wollen wir vorhandene und zukünftige Gäste ansprechen? ... Kommunikation

### **Definition eines Alleinstellungsmerkmals für die Region**

Um die Region touristisch nach innen und außen kommunizieren zu können und sich gegenüber anderen Tourismusregionen zu positionieren, braucht es eines Alleinstellungsmerkmals, welches unverwechselbar die Region Galenbeck identifiziert und Anziehungskraft sowohl für Tagesausflugs- als auch Übernachtungsgäste hat. Das Alleinstellungsmerkmal bildet die Basis zur einheitlichen Vermarktung und zur Entwicklung von konkreten Maßnahmen in den definierten Zielbereichen bzw. Handlungsfeldern, insbesondere der Produkt- und Angebotsentwicklung. Die Region Galenbecker See verfügt über zwei bis drei „harte“ Alleinstellungsmerkmale, die nicht kopiert werden können. Zum einen ist der Galenbecker See mit dem angrenzenden Niedermoor „Friedländer Große Wiese“ als bedeutsamer Naturraum, Vogelrast- und Brutplatz einmalig. Zum anderen ist das Relief durch den Anstieg vom Galenbecker See zu den Brohmer Bergen als ein eiszeitlich geformtes Kleinod äußerst interessant. Innerhalb dessen befindet sich der nördlichste deutsche Stausee.

So genannte „weiche“ oder virtuelle Alleinstellungsmerkmale, die das Image der Region betreffen, müssen neu definiert werden. Die wenig ausgebaute touristische Infrastruktur und die relative natürliche Ursprünglichkeit, weiterhin die Möglichkeit der Mystifizierung durch umliegende Bodendenkmäler Hügel- oder Großsteingräber und die Bergkaveln mit deren Sagen könnten für die Entwicklung zukünftiger Produkte inspirierend sein.

### **Vorschläge für Alleinstellungsmerkmale bzw. Slogans**

- Spuren der Eiszeit – vom Niedermoor in die Brohmer Berge
- wo Adler kreisen und Hirsche rufen/röhren – die Region des Galenbecker Sees und der Brohmer Berge
- zwischen Berg und Tal – das wadenfreundliche Mini-Gebirge
- Königreich der Vögel – die Region Galenbecker See
- Wildschwäne über Uhlenhorst
- floristisches & faunistisches Kleinod im Mecklenburg-Vorpommerschen Regioneneck
- zwischen Wildtierland und Kranichparadies – idyllisches Kleinod in der Grenzregion Mecklenburg-Vorpommerns

Diese Ideen für Slogans werden allerdings hier nicht weiter vertieft, da die letztendliche Entscheidung und Umsetzung des Alleinstellungsmerkmals bei den Akteuren der Region liegt. Dieser Prozess stellt eine im Maßnahmenprogramm (Kap. 3.5.3) aufgeführte Handlung dar.

### 3.2 Herausforderungen und Aufgaben

Die Rahmenbedingungen müssen für eine erfolgreiche Positionierung ebenfalls einbezogen werden. In der Region Galenbecker See geht es wie in vielen ländlichen Regionen Mecklenburg-Vorpommerns um

- den Erhalt und Schutz des Lebensraumes, der einzigartigen Natur- und Kulturlandschaft mit der Vielfalt der Arten in Flora und Fauna
- Investitionen in zukunftsfähige Wirtschaftszweige/Formen mit der Schnittstelle zukunftsfähiger, nachhaltiger Tourismus
- eine moderne Infrastruktur
- die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen

Folgende Tabelle stellt in einer Matrix die wichtigsten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken mit sich daraus ableitenden Strategien vor.

Tabelle 24: Matrix SWOT – Strategien

	Stärken	Schwächen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unzerschnittenes Landschaftsbild und abwechslungsreiche Naturlandschaft - Gewässer, überregional bedeutsame Naturschutzgebiete mit einzigartiger Flora und Fauna</li> <li>▪ kulturtouristische Potenziale</li> <li>▪ relativ gute überregionale Verkehrsanbindung</li> <li>▪ zahlreiche Wander- und Radrouten und deren Einbindung ins Wegeleitsystem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unzureichende touristische Infrastruktur (v.a. zertifizierte, qualitativ gute Unterkünfte)</li> <li>▪ keine Vermarktung regionaler Produkte und keine entsprechenden regionsspezifischen gastronomischen Angebote</li> <li>▪ wenig und nicht vernetzte touristische Angebote (Quantität)</li> <li>▪ fehlende und mit dem Natur- und Landschaftsraum kompatible / eingebundene qualitativ gute, zertifizierte &amp; zielgruppenspezifische Angebote / Infrastruktur (Qualität)</li> <li>▪ keine Zielgruppenansprache im Marketing und bei den Angeboten</li> <li>▪ fehlende(s) Gesamtidentität bzw. Image der Region / Alleinstellungscharakter</li> <li>▪ fehlende öffentliche und private Finanzressourcen</li> <li>▪ keine Tourismustradition der Region</li> <li>▪ mangelnde Kooperation und Gesamtengagement der Akteure hinsichtlich einer naturtouristischen Entwicklung und mangelndes Interesse bzw. Resignation</li> <li>▪ Abschöpfung der Gäste durch benachbarte gut etablierte Naturparke ASH und FSL</li> </ul>
<b>Chancen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ aktuelle touristische Trends (Kurzurlaub, Natur erfahren, Authentizität, Philosophie des Slow Tourism etc.)</li> <li>▪ landschaftsgebundener Tourismus</li> <li>▪ Natur- und Vogelkundler sowie Familien</li> <li>▪ touristische Spezial- und Nischenangebote</li> <li>▪ positive Tourismusentwicklung in M-V</li> <li>▪ Übereinstimmung der touristischen Entwicklungsgrundsätze und -ziele in den überregionalen Landes- und regionalen Landkreisentwicklungskonzepten (wichtige Kriterien sind u. a. Qualität, Vernetzung, Ganzjährigkeit der Angebote, Umweltverträglichkeit, Einbeziehung der Einheimischen)</li> </ul>	<b>Strategien - Nutzung von Stärken zur Wahrnehmung von Chancen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung und Ausbau des landschaftsgebundenen Naturtourismus auf der Basis einer reichhaltigen Natur- und Landschaftsausstattung und eines gut entwickelten Wegenetzes / Leitsystems</li> <li>▪ Entwicklung touristischer Spezialangebote, welche die regionalen Stärken berücksichtigen</li> </ul>	<b>Strategien – Überwindung von Schwächen zur Wahrnehmung von Chancen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhalt und qualitative Verbesserung der touristischen Infrastruktur und Leitsysteme (v.a. Beherbergung und Gastronomie)</li> <li>▪ Erweiterung, Vernetzung und Buchbarmachung der Angebote</li> <li>▪ Schaffung von Angeboten in allen 4 Jahreszeiten für die Zielgruppen Naturinteressierte, Ornithologen und Familien</li> <li>▪ Erreichung einer regionalen Gesamtidentität durch Innenmarketingmaßnahmen und Etablierung von kultur- und landschaftshistorisch in der Region verankerten Angeboten</li> <li>▪ Schaffung eines unverwechselbaren Gesamtimages</li> <li>▪ Stärkung der Kooperationen zwischen den lokalen Akteuren sowie zu anderen Regionen</li> </ul>
<b>Risiken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanzbedarf für touristische Infrastruktur und Vermarktung</li> <li>▪ ökologische Folgen durch Belastung der geschützten Ökosysteme</li> <li>▪ steigende bzw. hohe qualitative Ansprüche der heutigen (Natur-)Urlauber</li> <li>▪ überregionaler Konkurrenzdruck durch benachbarte Schutzgebiete und Ostseeküste</li> <li>▪ Restriktionen / Auflagen aufgrund des Schutzgebietsstatus Galenbecker See</li> </ul>	<b>Strategien – Nutzung von Stärken zur Verminderung von Risiken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung einer Tourismusdachmarke</li> <li>▪ Zielgruppenorientierung und Kreativität</li> <li>▪ Entwicklung von wenig belastenden Nischenprodukten mit naturverträglichen Erholungsformen</li> <li>▪ Entwicklung touristischer Angebote / Infrastruktur mit geringem finanziellen Aufwand – gutes Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>▪ Stärkung des ehrenamtlichen Engagements</li> </ul>	<b>Strategien – Minimierung von Schwächen und Vermeidung von Risiken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konzipierung förderfähiger Projekte / Angebote mit günstigen Förderkonditionen zur Schonung der Finanzressourcen</li> <li>▪ sorgfältige Kosten-Nutzen-Analyse – Prüfung und Abwägung hinsichtlich finanzieller Risiken</li> <li>▪ (Um)Setzen kleiner und realistischer Ziele</li> <li>▪ konkurrenzfähige, qualitativ hochwertige Angebote</li> <li>▪ Steigerung der Bekanntheit der Region Galenbecker See als naturtouristisches, faunistisch und floristisch bedeutsames Gebiet</li> <li>▪ benachbarte Schutzgebiete und Tourismusregionen nicht als Konkurrenten, sondern als Partner betrachten, um Synergien zu nutzen</li> </ul>

### 3.3 Ziele für die Region Galenbecker See

Folgende zehn Ziele, die dem Leitbild entsprechen, werden für die Region definiert:

<b>Außendarstellung als Tourismusregion:</b>	Die Region Galenbecker See soll als fester und von außen wahrgenommener Begriff für eine Region etabliert werden, die attraktive Bedingungen für naturgebundene, regionsspezifische Aktivitäten und Erholungsformen im Segment Aktiv- und Naturtourismus bietet.
<b>Gemeinsame Identität:</b>	Als Voraussetzung und Grundlage für die erfolgreiche Naturtouristische Entwicklung, für Kooperationen und Engagement der Akteure und Einwohner muss eine gemeinsame Identität aller mit ihrer Region und ihren naturtouristischen Potenzialen entwickelt und gestärkt werden.
<b>Herausstellung Alleinstellungsmerkmal:</b>	Die Region Galenbecker See soll zu einer Region entwickelt werden, die ihre vorhandenen Potenziale floristisches & faunistisches Naturerlebnis, Kulturgeschichte, Ruhe, Erholung und Erfahrung von Ursprünglichkeit zur Positionierung als attraktiver Nischensegmenttourismusraum mit ausschöpft – die Landschaft mit ihren natürlichen Sehenswürdigkeiten als Grundlage eines sanften, naturnahen Tourismus sehend.
<b>Qualität touristische Angebote:</b>	Attraktive, dem Ökosystem angepasste Angebote sollen gestaltet werden, die die regionalen und traditionellen Besonderheiten herausstellen sowie für die Touristen erleb- und erfahrbar machen. Das bedeutet auch, Angebote mit einer deutlichen Attraktivität und Ausstrahlungskraft zu entwickeln, die für die Region zumindest im Einzugsbereich für Tagesausflüge ein Alleinstellungsmerkmal darstellen.
<b>Nachhaltigkeit:</b>	Die zu entwickelnden vernetzten und buchbaren touristischen Angebote, die unter Einbeziehung der lokalen Bevölkerung & Akteure etabliert werden sollen, bringen für die Region ökonomisch nachhaltigen Nutzen, indem Einnahmen generiert und Arbeitsplätze geschaffen werden.
<b>Zielgruppenorientierung:</b>	Bei der Angebotsentwicklung und Vermarktung sollen vor allem die an Natur interessierten Hauptzielgruppen Radfahrer, Wanderer, Ornithologen und Familien / Kinder angesprochen; aufgrund der vorhandenen landschaftlichen, kulturhistorischen und infrastrukturellen Potenziale aber auch Angler, Pferdesport- und Kulturinteressierte einbezogen werden.
<b>Qualität Wegeinfrastruktur:</b>	Die für die Zielgruppe Naturtouristen geeignete touristische Infrastruktur in Form von Wegen einschließlich Ausschilderungen, Schutzhütten, Aussichtstürmen etc. muss durch eine Ergänzung um lokale Routen und Rundtouren (geeignete thematische Routen z. B. Moor, Vögel, Hirsche etc.) bzw. eine weitere Vernetzung dieser mit dem bestehenden touristischen Wegesystem sowie durch eine Optimierung und qualitative Verbesserung dieser Wege und Ausstattungselemente weiterentwickelt werden.
<b>Qualität Service:</b>	Die Qualität und der Service der Unterkünfte und Gastronomie sowie der touristischen Servicepunkte (Touristinformationsstellen), insbesondere die Öffnungszeiten, das Angebot regionaler Produkte bzw. regionaler Spezialitäten, eine erlebnisreiche Inszenierung und Zertifizierungen sollen qualitativ verbessert, entwickelt und aufgewertet werden.
<b>Effizientes Marketing:</b>	Die Region Galenbecker See soll auch mit geringen finanziellen Mitteln durch den Einsatz von einfachen und originellen Maßnahmen in einem gemeinsamen Außenauftritt mit konkreter Zielgruppenansprache in entsprechenden Vermarktungskanälen und Medien vermarktet werden.
<b>Kooperation:</b>	Die Kooperationen und Zusammenarbeit zwischen den lokalen Akteuren und mit den benachbarten regionalen Akteuren für die weitere regionale Entwicklung soll konsequent ausgebaut werden, wobei die Bedürfnisse und Argumente sowohl der Naturschützer als auch der Tourismusakteure kommuniziert und als Basis für partnerschaftliche Netzwerkarbeit gesehen und angenommen werden.

### 3.4 Handlungsfelder

Aus der SWOT – Analyse, der zusammenfassenden Matrix, dem identifizierten Alleinstellungsmerkmal und den definierten Zielen für die zukünftige naturtouristische Entwicklung der Region Galenbeck ergeben sich schlussfolgernd drei strategische Handlungsfelder, die in drei Kernzielbereichen mit entsprechenden anzugehenden Maßnahmen dargestellt und realisiert werden sollen:

#### Kommunikation und Marketing:

- Schaffung von Kommunikationsstrukturen zum Aufbau einer gemeinsamen Identität
- Umsetzung eines zielgruppenorientierten und thematischen Marketings (Darstellung als einheitliche Region mit Logo und Auftritt in Informations- und Marketingmaterialien, Kommunikation der Angebote in zielgruppenspezifischen Medien)
- Verbesserung des Außen- und Innenmarketings (Vernetzung und Kooperation der touristischen regionalen & überregionalen Akteure, Corporate Design, gemeinsamer Online-Auftritt, gemeinsame Treffen aller Akteure zum Austausch von Ideen und Gedanken)
- Aufbau von Kooperationsstrukturen mit Partnern im Umfeld der Region Galenbecker See und Nutzung von Synergieeffekten in Produktgestaltung und Vermarktung - kein Konkurrenzgedanke, sondern als Nischenprodukt in Kooperation mit dem angrenzenden NP „Am Stettiner Haff“ – starke Partner im Umfeld suchen und Synergieeffekte nutzen

#### Infrastruktur:

- Verbesserung des touristischen Wegenetzes einschließlich Leitsysteme / Ausschilderungen / Wegweiser / Infotafeln
- Entwicklung von Park- und Rastplätzen
- Entwicklung /qualitative Verbesserung von Serviceeinrichtungen zur Orientierung und Information, überdachte Rastplätze & Aussichtspunkte/Türme sowie Gastronomie & Selbstversorgung

#### Angebots- und Produktentwicklung:

- Definition von Produkthanforderungen:
  - Gestaltung von buchbaren touristischen Angebotsbausteinen bzw. Kombiangeboten nach zielgruppengerechten Kriterien in den naturtouristischen Segmenten Vogel- und Tierbeobachtung, Umweltbildung, aktives Naturerleben, Verbindung Kultur- und Naturerleben sowie Kulinarik – verbunden durch Erlebnischarakter, Schlechtwetteralternativen und Winterangebote)
- Definition von Qualitätsanforderungen:
  - Einführung von Qualitätssiegeln und Zertifizierungen für touristische Anbieter und Produkte wie Bett&Bike, DEHOGA-Sterne, Viabono
  - Verbesserung der regionalen Esskultur / verstärkte Etablierung von Regionalprodukten / regionale Küche
- Finanzierung:
  - finanzielle Möglichkeiten der Bewerbung kleiner Anbieter auf Landesebene beachten, da Werbung in Katalogen der Landesmarketingorganisationen oft zu kostenintensiv

### 3.5 Maßnahmenprogramm in den drei Handlungsfeldern

Die oben allgemein definierten und aufgeführten Ziele und Handlungsfelder werden im Folgenden konkretisiert und aus den identifizierten Schwächen und Herausforderungen direkte Maßnahmen mit Verantwortlichkeiten abgeleitet. Durch eine Kurzdarstellung der Prioritäten werden zu jedem Handlungsfeld unter der jeweiligen Tabelle die wichtigsten Handlungsmaßnahmen nach ihrer Wichtigkeit und dem Umsetzungszeitraum zusammengefasst. Bei den aufgeschlüsselten detaillierten Maßnahmen handelt es sich um eine

integrative Mischung aus eigenen Schlussfolgerungen als auch Ideen der regionalen Akteure<sup>126</sup>.

### 3.5.1 Handlungsfeld 1: qualitativ hochwertige Produktentwicklung

Hauptsächliche Schwächen, die sich aus der Bestandsanalyse, den Gesprächen und Workshops hinsichtlich des Themas touristische Produkte / Angebote ergeben haben, sind folgende:

- fehlende Erlebbarkeit des Galenbecker Sees sowie des Brohmer Stausees sowie fehlende Einbindung des Natur- und Landschaftspotenzials in touristische Angebote → kaum thematische Bezüge und Zielgruppen ansprechende Angebote mit Alleinstellungsmerkmal (z. B. Naturerlebnis & Natur für die Sinne; Aktiv in der Natur)
- kulturhistorisches Potenzial bzw. Angebotselemente kaum in touristischen Angeboten und Routen aufgegriffen sowie miteinander verknüpft und kombiniert, nicht zugänglich und insgesamt kaum überregionale Ausstrahlungskraft (z. B. Kirchen-, Garten-, Gutshaustouren; Bräuche und Feste)
- kaum buchbare Angebote aus mehreren Bausteinen → für sich allein existierende Angebote → keine Vernetzung (Themenreisen, Erlebnisarrangements)<sup>127</sup>
- im für den Naturtourismus wichtigen Bereich Umweltbildung keine offiziell in der Region tätigen und zertifizierten Natur- und Landschaftsführer sowie bisher kein regionales Zentrum (diskutierte Orte: ehemalige Vogelschutzstation Heinrichswalde, ehemalige Nerzfarm Galenbeck)
- ungewisse Finanzierung bzw. kaum öffentliche Gelder
- relativ geringes Qualitätslevel bei den touristischen Angeboten und den touristischen Infrastrukturen (Gastronomie und Unterkunft) → kaum Qualitäts- und Umweltsiegel

Aus diesen identifizierten Schwächen der Region im Handlungsfeld „qualitativ hochwertige Produktentwicklung“ werden in der folgenden Tabelle die sich daraus ergebenden Herausforderungen mit entsprechenden abgeleiteten Einzelmaßnahmen zusammengetragen.

<sup>126</sup> Diese Ideen wurden aus Telefonaten, Gesprächen sowie zwei Workshops mit Akteuren und Interessierten der Region zusammengetragen.

<sup>127</sup> Ausnahme hier bilden einzelne Touren des Kataloges „Freie Fahrt Richtung Nord-Ost – Tagestouren an Stettiner Haff“ der Touristik-Info bzw. des Fremdenverkehrsvereins „Stettiner Haff“ e. V., Ueckermünde (2011/ 2012) → Einbindung Wildtierland Gut Klepelshagen (Tour 6, 9), Gourmet Manufaktur Gut Klepelshagen (Tour 6), Original Bauerngarten Manufaktur in Ferdinandshof (Tour 6, 7), Forstsamendarre Jatznick (Tour 8, 11), Castrum Turglowe (Tour 8), Ukranenland (Tour 9)

Tabelle 25: Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Produktentwicklung

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Erschließung des touristischen Potenzials bzw. Inwertsetzung in Einklang mit Naturschutzzielen und unter Einbeziehung der Akteure aus der Region und damit Steigerung des Erlebniswertes der Landschaft durch ökologisch verträgliche touristische und inszenierte Erlebnisangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etablierung regelmäßiger Treffen / Stammtische regionaler Akteure / Einwohner der Gemeinden</li> <li>▪ Klärung potenzieller Standorte sowie Baurecht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bürgermeister</li> <li>▪ Marketingexperten</li> <li>▪ Regionale Tourismusverbände, insbesondere TV MS und TV Vorpommern e. V., TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ Untere Naturschutzbehörde des LK MSP</li> </ul>
Wissen um die Ansprüche / Wünsche der anvisierten Zielgruppen im Nischensegment Naturtourismus, um ansprechende, qualitativ hochwertige Angebote zu entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auflistung der Ansprüche und Anforderungen der Zielgruppen im Nischensegment Naturtourismus (Ornithologen, Aktivurlauber etc.)</li> <li>▪ Netzwerketablierung bzw. Etablierung von Akteurstreffen zur gemeinsamen Entwicklung buchbarer und vernetzter Angebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bürgermeister / Leistungsträger</li> <li>▪ Basis: Konzept Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See</li> </ul>
Entwicklung Tages- und Kurzreiseangebote für Zielgruppen im Nischensegment Naturtourismus (Ornithologen, Naturinteressierte, Angler etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisation von Treffen der Leistungsträger und Klärung von organisatorischen / inhaltlichen Fragen: Anbieter des Gesamtpaketes / Buchbarkeit/ Zielgruppe, Kapazitäten / Preisgestaltung / Saisonalität / Qualität / Vermarktung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leistungsträger / Pressevertreter / regionale TV</li> <li>▪ Regionale und überregionale Reiseveranstalter</li> <li>▪ NP ASH und TV Brohmer Berge e. V.</li> </ul>
Einbindung der kulturhistorischen und landschaftlichen Sehenswürdigkeiten / Besonderheiten in durchgängige, qualitativ hochwertige Routen bzw. Themenwege	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausschilderung bzw. Sichtbarmachen aller vorhandenen kulturhistorischen Elemente</li> <li>▪ Entwicklung von Themenrouten mit Wander-, Rad- und Reitrouden unterschiedlicher Länge (Beispiele: Salz- und Heringsstraße → jetzige Pasewalker Landstraße)</li> <li>▪ Zusammenstellung wichtiger kulturhistorischer und landschaftlicher Angebotspunkte in einem Pool</li> <li>▪ Klärung der Zugänglichkeit von Kirchen und Schlössern → als Angebotsbausteine integrieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Landkreise</li> <li>▪ Leistungsträger</li> <li>▪ TV MS / TV Vorpommern e. V / Brohmer Berge e. V.</li> </ul>
einheitliche und zusammenfassende Übersicht der touristischen Routen und aller touristischen Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung bzw. Zusammenstellen vorhandener kürzerer Rundwege für Einzelorte im Gebiet in einer Flyer-Box</li> <li>▪ Erstellung eines Produkt- / Angebotskatalogs (für Werbung/ Ausschilderung/ Angebotsdarstellung/ Ausstattung/ Preise/ Belegung vor Ort etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einheimische mit Ortskenntnissen</li> <li>▪ Leistungsträger (Finanzierung über Verbundmarketing der Leistungsträger)</li> <li>▪ TV MS, TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ TI Friedland, Woldegk, Strasburg, Torgelow</li> </ul>

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Schlechtwetter- und ganzjährige Angebote zur Gewährleistung einer ganzjährigen Auslastung und Attraktivität der Region	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regelmäßige thematische Treffen der Leistungsträger vor Ort, um Angebote zu entwickeln</li> <li>▪ Kooperation der Akteure, um attraktive, wechselnde Erlebnisangebote für jede Jahreszeit zu bieten</li> <li>▪ Organisation und Erfassung von jahreszeitlichen Events</li> <li>▪ Webseite mit Kalender über jahreszeitliche Besonderheiten in der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Akteure</li> <li>▪ Verein Jordsand</li> <li>▪ TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ TI Friedland, Woldegk, Strasburg, Torgelow</li> </ul>
Gewinnung von Landschaftsführern in der/ für die Region, die qualitativ hochwertige Führungen mit Erlebnischarakter anbieten und damit die Kompetenz und das Angebot erweitern	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kontaktaufnahme zum NP ASH und Anfrage an dortige Naturparkführer</li> <li>▪ Schulung lokaler Ortsführer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verein Jordsand</li> <li>▪ NP-Verwaltung NP ASH → Kontakte zum Bundesweiten Arbeitskreis der staatlich getragenen Umweltbildungsstätten (BANU)</li> <li>▪ Bürgermeister</li> </ul>
Erhöhung der Qualität der touristischen Angebote und Infrastruktur durch Kommunikation der Standards an die Akteure vor Ort	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kooperation mit den NP ASH und FSL zum Aufbau von Qualitätsstandards im Naturtourismus</li> <li>▪ Erhöhung der Kenntnis bezüglich Qualitätsanforderungen eigener und potenzieller Zielgruppen (z. B. Radwanderer, Wanderer, Ornithologen, Familien)</li> <li>▪ Aufbau einer leistungsstarken und serviceorientierten Dienstleistungskette (Information → Buchung → Anreise → Orientierung → Unterkunft → Verpflegung → Aktivitäten → Mobilität vor Ort → Abreise → Nachbetreuung) → Qualitätssiegel für Service</li> <li>▪ Verstärkung der Zusammenarbeit mit Weiterbildungseinrichtungen und Institutionen</li> <li>▪ Prüfung verschiedener Optionen zur Organisation entsprechender Workshops (Fremdorganisation, Kooperationen, Einladung von Referenten zu eigenen Schulungsveranstaltungen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansprechpartner der NP-Verwaltungen NP ASH und NP FSL</li> <li>▪ Konzept Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See</li> <li>▪ Regionale Akteure / Leistungsträger</li> <li>▪ TI Woldegk, Friedland, Strasburg</li> <li>▪ DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>▪ IHK Neubrandenburg</li> </ul>

Als besonders wichtige und kurzfristig umzusetzende Maßnahmen werden hier die Etablierung regelmäßiger Treffen der Akteure der Region sowie die Etablierung eines Netzwerkes von engagierten Akteure zur Etablierung und Umsetzung attraktiver, naturtouristischer Angebote gesehen.



### 3.5.2 Handlungsfeld 2: Infrastruktur

Für das Handlungsfeld Infrastruktur wurden folgende Hauptdefizite aus der Bestandsanalyse, den Gesprächen und Workshops identifiziert:

- schlechte Internet- und Telefonanbindung innerhalb der Region, insbesondere in den und um die Brohmer Berge(n)
- relativ schlechte überregionale Anbindung der Region an den öffentlichen Personenverkehr und innerregionale Mobilität sowie keine Möglichkeit für Fahrradmitnahme in den regionalen Verkehrsmitteln
- kaum Parkplätze im engeren Untersuchungsraum, insbesondere für Gruppen-Busreisende
- keine durchgängige und übersichtliche Vernetzung der vorhandenen regionalen und überregionalen touristischen Wege
- Infrastruktur teilweise in desolatem Zustand ohne touristische Ausstrahlungskraft
- ungenügende Informationen für die Gäste innerhalb der Region
- naturschutzrechtliche Auflagen / Beschränkungen werden teilweise als Entwicklungs-Hindernis angesehen
- keine, die naturtouristischen Zielgruppen ansprechende Infrastruktur → familien- bzw. kinderfreundliche Unterkünfte und Gastronomie mit regionalen Produkten → Unterkünfte für Gruppenreisende
- unklare Zuständigkeiten für die Infrastruktur der Region u. a. im Zuge der Kreisgebietsreform

Aus diesen identifizierten Schwächen der Region im Handlungsfeld „Infrastruktur“ werden in der folgenden Tabelle die sich daraus ergebenden Herausforderungen mit entsprechenden abgeleiteten Einzelmaßnahmen zusammengetragen.

Tabelle 26: Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Infrastruktur

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Verbesserung des Services, der Anbindung des eU-Raums für Naturtouristen als Individual- sowie Gruppenreisende sowie Verbesserung der innerörtlichen Mobilität für Bahnreisende	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kommunikation mit den regionalen Verkehrsunternehmen wie Busunternehmen / privaten Taxiunternehmen zwecks Gepäck- und Radtransport, Shuttleservice</li> <li>▪ Ansprache der Leistungsträger in der Region bezüglich der Möglichkeit für Fahrradverleih und Servicestation sowie Projekt e-Bike-Verleih</li> <li>▪ Schaffung von Parkplätzen insbesondere für Busse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leistungsträger</li> </ul>
Verbesserung bzw. Wiederinwertsetzung der Infrastruktur vor Ort, um Gäste an die Attraktionspunkte zu locken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausbesserung der vorhandenen Aussichtskanzeln (z. B. Fuchsberg, Galenbecker See)</li> <li>▪ Um- und Ausbau bestehender Naturlehrpfade zu Erlebnispfaden</li> <li>▪ Bilden einer Anlauf-/ Sammelstelle für Anregungen/ Beschwerden/ Missstände von Gästen und Einheimischen und Weiterleitung an Landkreise</li> <li>▪ Instandhaltung der Wegweiser / Rastplätze (regelmäßige Begutachtung, evtl. Organisation „Frühjahrsputz“, Ersatz, Erneuern der Farbanstriche, ggf. Anpassung der Inhalte/ Infos)</li> <li>▪ Klärung der Zuständigkeiten der Infrastrukturen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Landkreise / Gemeinden / Einwohner</li> <li>▪ NP ASH</li> <li>▪ Radwegemeister des LK MS</li> <li>▪ Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung (NUE-Stiftung)</li> </ul>
Schaffung von Basis- und Zusatzinfrastrukturen, um Bedürfnisse und Ansprüche der Zielgruppen Naturtouristen sowie Familien durch qualitativ hochwertige Erlebnisprodukte zu befriedigen und ein Wiederkommen zu forcieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausweisung und Schaffung von PKW- und Busparkplätzen an touristischen Attraktionspunkten</li> <li>▪ Schaukästen an zentralen Plätzen (entlang Routen) mit Infos zu örtlichen Gegebenheiten wie Einkaufs- und Waschmöglichkeiten, Spielplatz, Kirchenschlüssel (Öffnung auf Nachfrage), nächstgelegener Gaststätte / Übernachtungsmöglichkeit / Sehenswürdigkeit sowie Notrufe und andere Serviceleistungen (Fahrrad-/ Autoreparatur), Ansprechpartner vor Ort</li> <li>▪ Schaffung von Beobachtungsplattformen auf Nordseite des Galenbecker Sees (drei mögliche Standorte) sowie am Putzarer See</li> <li>▪ Anfrage an TV MS zur Einbindung der Region Galenbeck in das Vorhaben der Nutzung von Ostsee-Apps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Landkreise / Gemeinden / Einwohner</li> <li>▪ Konzept Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See</li> <li>▪ TV MS</li> <li>▪ Private Investoren</li> <li>▪ Leistungsträger (insbesondere Unterkunft/ Gastronomie)</li> </ul>
Gewährleistung einer einheitlichen und durchgängigen Vernetzung sowie Erhaltung der Wege	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kommunikation und Kooperation der Landkreise bezüglich einheitlicher und durchgängiger Darstellung und Vernetzung der Wege der gesamten Region</li> <li>▪ Erarbeitung eines Rad- und Wanderwegekonzepts mit dazu gehöriger Infrastruktur</li> <li>▪ Finden einer kreisweiten Lösung für die Unterhaltung der Wege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LK MS und LK VG → Radwegemeister</li> </ul>
qualitative Aufwertung vorhandener Angebote der Gastronomie u. a. mit regionalen Produkten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Machbarkeitsstudie zur Förderung der Direktvermarktung regionaler Produkte</li> <li>▪ Schaffung eines Kooperationsnetzwerkes regionaler Erzeuger und Leistungsträger → Aufbau Vertriebsstruktur regionaler Anbieter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leistungsträger</li> <li>▪ Regionale Erzeuger</li> <li>▪ Ökoanbauverbände M-V</li> </ul>

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Etablierung eines Welcome-Zentrums, um die Gäste auf die Besonderheiten und Attraktionen der Region aufmerksam zu machen und an die einzelnen Attraktionspunkte zu ziehen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beauftragung einer Machbarkeitsstudie                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klärung der Örtlichkeit bzw. Nutzungsräume</li> <li>▪ mögliche Reaktivierung und Erlebarmachung der Vogelschutzstation Heinrichswalde durch Verein Jordsand</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bürgermeister</li> <li>▪ Verein Jordsand</li> </ul>
Etablierung zusätzlicher Ausflugsziele, Attraktionen und zielgruppenspezifischer Unterkunftsformen zur Besuchergewinnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsetzung investiver Projekte wie Baumhaushotel, Hochseilgarten, Erlebnisstationen, Welcome Center etc.</li> <li>▪ Machbarkeitsstudie</li> <li>▪ Ansprache geeigneter Investoren und Anbieter (siehe Projektpässe Kapitel 4.2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Landkreise / Gemeinden / Einwohner</li> <li>▪ Konzept Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See</li> <li>▪ Private Investoren</li> <li>▪ Leistungsträger (insbesondere Unterkunft)</li> </ul>

Als besonders wichtig und prioritär sind hierbei die Schaffung investiver Infrastrukturen für die touristische Inwertsetzung und Erlebarmachung der Region durch Ansprache möglicher Investoren sowie Prüfung der Standortvoraussetzungen anzusehen. Diese Maßnahmen sind jedoch in einem eher langfristigen Zeitrahmen angesiedelt. Auch ein Rad- und Wanderwegekonzept mit zugehöriger Infrastruktur stellt eine für die Region wichtige und kurzfristig anzugehende / umzusetzende Maßnahme dar.

### 3.5.3 Handlungsfeld 3: Marketing und Kommunikation

Für das Handlungsfeld Marketing und Kommunikation wurden folgende Hauptdefizite, die einen Handlungsbedarf erfordern, herauskristallisiert:

- fehlende Kooperation der Leistungsanbieter innerhalb der Region
- keine einheitliche Darstellung / Kommunikation der Region nach außen → fehlendes Corporate Design bzw. fehlende Positionierung zur Eingliederung unter bestehende Marke
- keine nachfragegerechte Buchbarkeit touristischer Angebote über Buchungsplattformen und Webseite des TV Brohmer Berge e. V. (Ausnahme Angebote einzelner Leistungsträger wie Park Hotel Schloss Rattey und Jagdschloss Kotelow)
- kaum Integration der Region als touristischer Raum in die regionalen Tourismusverbände (sowohl auf Seiten des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte (TV MS) als auch Vorpommern-Greifswald (TV Vorpommern e. V.))
- keine einheitliche Vermarktung der Angebote und Anbieter der Region an einer Stelle → schwierige Auffindbarkeit, da keine Zusammenfassung touristischer Angebote an einer Stelle
- im Einzugsbereich für Tagesausflüge kaum größere Städte und keine Ballungsräume
- kaum Bekanntheit als Tourismusregion → bisher keine Voraussetzungen (in Form von attraktiven Tourismusangeboten mit Alleinstellungscharakter sowie Kommunikation dieser), Tagesausflügler und auch Mehr-Tagesausflügler, wie z. B. auch polnische Besucher aus dem Ballungsraum Szczecin, anzuziehen

Aus diesen identifizierten Schwächen der Region im Handlungsfeld „Marketing und Kommunikation“ werden in der folgenden Tabelle die sich daraus ergebenden Herausforderungen mit entsprechenden abgeleiteten Einzelmaßnahmen zusammengetragen.

Tabelle 27: Maßnahmenprogramm Handlungsfeld Marketing und Kommunikation

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Etablierung eines Akteursnetzwerks, um Qualität und Quantität der touristischen Angebote und Aktivitäten zu steigern und eine effektive Innenkommunikation zu gewährleisten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schaffung von Kommunikationsstrukturen zum Aufbau einer gemeinsamen Identität u. a. durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schaffung der Stelle eines Netzwerkkoordinators bzw. Projektmanagers durch Benennung wichtiger Akteure der Region und Definieren des Anforderungsprofils an diese Stelle</li> <li>▪ evtl. Gründung eines Fördervereins</li> <li>▪ Aufbau thematischer AGs</li> <li>▪ Herausgabe eines internen Newsletters mit Information über Arbeit der AGs)</li> <li>▪ Veröffentlichung regelmäßiger Presseberichte über lokale Aktivitäten</li> <li>▪ Nutzung der Koordinierungsstelle Brohmer Berge e. V. zur Bündelung</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prüfung Etablierung Netzwerkkoordinator: Frau Krien (LK MS), Herr Daedelow (Bürgermeister Gemeinde Galenbeck), Herr von Münchhausen (Deutsche Wildtier Stiftung), Herr Dohndorf (Bürger NBB)</li> <li>▪ Leistungsträger: Förderverein (noch zu bilden bzw. Einbindung in bestehende FV über Kooperation)</li> <li>▪ Akteure: Kreisverwaltungen, Bürgermeister, Akteure vor Ort</li> <li>▪ Kooperationspartner: Regionale Planungsverbände (RPV Vorpommern + Mecklenburgische Seenplatte), TV, EUROREGION Pomerania, LEADER-Aktionsgruppe (LAG), NP ASH, Wirtschaftsvertreter, Akteure vor Ort</li> </ul>
Erfolgreiche Vermarktung vorhandener Angebote an die naturtouristischen Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erstellung eines Mediaplans bzw. Marketingkonzepts mit Art, Zielgruppen, Zeitpunkt der Aktion, Kosten, Reichweite</li> <li>▪ Einbindung der Angebote in die regionalen TV sowie den TV Mecklenburg-Vorpommern</li> <li>▪ Einstellen touristischer Angebote in Wikipedia</li> <li>▪ Einbindung in die Webseiten der benachbarten Naturparke NP ASH und NP FSL → Veranstaltungskalender</li> <li>▪ Verlinkung auf Webseiten der Ornithologen (<a href="http://www.ornitho.de">www.ornitho.de</a>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ externe Agenturen</li> <li>▪ Einbindung von Bildungseinrichtungen (Universitäten und Hochschulen) → Erstellung im Rahmen von studentischen Projekten</li> <li>▪ NP ASH</li> <li>▪ Ehrenamtliche</li> <li>▪ TV MS und TV Vorpommern e. V.</li> </ul>

Herausforderungen	Maßnahmen / Handlungen	Verantwortlichkeiten
Anziehung von Tagesausflugsgästen aus dem Einzugsbereich sowie aus dem Ballungszentrum Szczecin durch Infos über regionale touristische Besonderheiten, potenzielle Highlights und Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bereitstellung von einheitlichem Informationsmaterial an den „Eingangstoren“ und in den TI der Region sowie der benachbarten TI Ueckermünde mit Sitz des Fremdenverkehrsvereins Stettiner Haff e. V. sowie der Kurverwaltung Feldberger Seenlandschaft</li> <li>▪ Einbindung in die Touristinformation in Szczecin durch Gestaltung polnischsprachiger Flyer</li> <li>▪ Marketingmöglichkeiten (vor allem Internet) prüfen und mit entsprechenden Akteuren kommunizieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verein EUROREGION Pomerania</li> <li>▪ TI Friedland / Strasburg / Woldegk / Torgelow</li> <li>▪ TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ TV MS und TV Vorpommern e. V.</li> </ul>
Werbung potenzieller Investoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausschreibung von potenziellen Projekten über das Internet zur Gewinnung von Investoren → Vermarktung der Idee „Turm“ über Spezialisten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regionales Akteursnetzwerk</li> </ul>
Klärung der Frage nach der Sinnhaftigkeit einer Schaffung eines einheitlichen Erscheinungsbilds (Corporate Design) auf Basis des Alleinstellungsmerkmals	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klärung der Frage nach der Sinnhaftigkeit einer Schaffung eines einheitlichen Erscheinungsbilds (Corporate Design) → ggf. durch Bürgerabstimmung</li> <li>▪ wenn eigenes Corporate-Design geschaffen werden soll, dann:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einigung auf ein Alleinstellungsmerkmal / Logo / Slogan, das die Region nach außen präsentiert → durch Bürgerabstimmung</li> <li>▪ einheitliches Layout für Printmaterialien entwickeln</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ämter und lokale Zeitungen (Amtsbote Woldegk, Friedländer Zeitung, evtl. Nordkurier)</li> <li>▪ Regionale Akteure</li> <li>▪ TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ TI Friedland / Strasburg / Woldegk / Torgelow</li> </ul>
Gewährleistung einer einheitlichen und gebündelten Präsenz der Angebote und Leistungsträger	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausbau der Nutzung der Webseite des TV Brohmer Berge → Möglichkeit der Leistungsträger zur Produkteinstellung</li> <li>▪ Einbindung in die Webseiten des LK MS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leistungsträger</li> <li>▪ TV Brohmer Berge e. V.</li> <li>▪ TI Friedland / Strasburg / Woldegk / Torgelow</li> </ul>
Nutzung von Synergieeffekten benachbarter starker Partner	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufbau von Kooperationsstrukturen mit Partnern im Umfeld</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansprechpartner NP ASH und NP FSL</li> <li>▪ Verein Jordsand</li> </ul>

Im Handlungsfeld „Marketing und Kommunikation“ liegen die Prioritäten in den Maßnahmen zur Buchbarmachung der Produkte über die Einbindung in die regionalen Tourismusverbände sowie des Ausbaus der Nutzung und Buchbarmachung von Angeboten über den lokalen TV Brohmer Berge e. V. Auch hier sind in einem kurzfristig umsetzbaren Zeitrahmen eine einheitliche Darstellung und Präsentation nach außen durch die Etablierung eines eigenen Logos oder die Vermarktung unter der Dachmarke des regionalen TV MS von entscheidender Bedeutung. Die Etablierung eines Netzwerkes mit einem Netzwerkkoordinator und der Ausbau der Kooperationen mit benachbarten Akteuren sind ebenfalls für die erfolgreiche touristische Positionierung und Außenwahrnehmung der Region grundlegende Voraussetzungen.

#### 4 Umsetzung – Maßnahmenkatalog und Projektpässe

Aus den in Kapitel 3 formulierten Projektideen werden nun konkrete und vor allem in der Region umsetzbare Projekte in Projektpässen formuliert. Dies sind zum einen in den Workshops erarbeitete, andererseits aus den Best-Practice-Beispielen anderer Regionen abgeleitete und für die Region als geeignet angesehene innovative Projekte.

*Tabelle 28: Projektvorschläge aus den Workshops sowie Gesprächen mit regionalen Akteuren*

Handlungsfeld	Projekt-Vorschlag	Aufnahme der Idee in Projektpass (Kap. 4.1; ohne Investitionsangaben)
Organisation, Kommunikation und Marketing	Akteurs-Netzwerk etablieren	X
	Ausschreibung von machbaren Ideen via Internet (Internet-vermarktung)	-
Angebots- und Produktentwicklung / Qualität	Tages- bzw. Mehrtagesangebote	X
	Entwicklung von Themenrouten	-
	Entwicklung von Themenrallays	-
	Konzipierung von Radrouten, die verschiedene Angebote miteinander verknüpfen	-
	Erstellung von buchbaren thematischen Touren verschiedener Länge und Routenführung	-
	Planung von jahreszeitlichen Events (Themenfeste)	X
	Ballonfahrten	-
	Verbundtickets und Kombi-Angebote	-
Infrastruktur	See-Erleben (Stationen, Beobachtungsmöglichkeiten)	X (s. a. Kap. 4.2.1)
	Moor-Lehrpfad	X
	Panoramaturm	s. Kap. 4.2.1
	Eröffnung eines Besucher-Informationszentrums / Naturschutzstation → beispielsweise Vogelzugzentrum	s. Kap. 4.2.8
	Musterkatalog mit Mindestkriterien für die Beherbergung	X
	Angebots-Flyer-Box	X
	Holzmuseum	-
	Schaffung von unterschiedlichen Servicequalitäten in der Beherbergung / Gastronomie + Verbesserung der Beschilderung	-
	Erweiterung Übernachtungsmöglichkeiten in Klepelshagen	-
	Foodcenter Klepelshagen	X
	Erweiterung Besucherleitsystem durch Info-Points: - auf den angrenzenden Autobahn- Rastplätzen - mit Rastplätzen entlang Rad- und Wanderwegen	X X
	Fahrradverleih / Servicestation	- <sup>128</sup>

<sup>128</sup> Hybride Elektromobilität auf zwei Rädern: E-Bike Stationen (mit Investitionsangaben)

Tabelle 29: Übertragbare Best-Practice-Beispiele

Best-Practice	Aufnahme der Idee in Projektpass (Kap. 4.2; mit Investitionsangaben)
Waldviertel (Public-Private-Partnership; enge Zusammenarbeit zw. Marketing, regionalen TV + lokalen Anbietern → Vermarktung des gesamten regionalen Angebotes nach innen und außen; stete Weiterentwicklung)	-
Hasetal (naturnahes Erholungsgebiet; Radlerregion; umfangreiches Serviceangebot)	-
Baumwipfelpfad	-
Vogelbeobachtungsturm	See-Erlebnis-Stationen – Entwicklung eines „Seeerlebens“
Durchblickpanorama	Moor-Erleben <sup>129</sup>
HighFlyer – Fesselballon	-
Erlebnis-/Themenwege	See-Erlebnis-Stationen – Entwicklung eines „Seeerlebens“
Barfuß-Pfade	-
Besucherzentren	Etablierung eines Besucherinformationszentrums (Vogelzugzentrum)
Fotohütten	-
Erlebniswald	Baumhaushotel / Baumhausdorf
Baumhaushotel	Baumhaushotel / Baumhausdorf
Kletterwald/ Teamparcours (Hochseilgarten, Übernachtung, Hängeseilbrücke)	Hochseilgarten & Teamparks Hängebrücke
Fischerhof	Fischerhof
GPS-Guide	Audio-Guide & Apps
Geocaching	-

In den im Kap. 4.2 dargestellten Projektpässen zu investiven Maßnahmen werden die für die Region als mögliche Investitionsmaßnahmen identifizierten Projekte unter Angaben einer Kurzbeschreibung der Investition, der Zielgruppe, potenziellen Standorten bzw. der Eignung für die Region / Anforderungen, den Investitionskosten, potenziellen Besucherzahlen / Modellen der Re-Finanzierung, den angenommenen Preisen und geschätzten Einnahmen, den Maßnahmen/ nächsten Schritten sowie z.T. spezialisierten Anbietern dargestellt:

Bezüglich der Aussagen zu potenziellen Standorten wird darauf hingewiesen, dass es sich um Standort-Vorschläge handelt. Es wurde eine grobe Vorprüfung der Standortfaktoren vorgenommen, jedoch keine detaillierte Standortanalyse. Dies ist Aufgabe der nachfolgenden Konkretisierung. Wichtige Schritte hierzu sind in den Projektpässen unter „Maßnahmen/ Schritte“ jeweils aufgeführt.

<sup>129</sup> ohne Investitionsangabe, Aufnahme in Kap. 4.1

#### 4.1 Projekte ohne Investitionsangaben

Nachfolgend werden die mit den Akteuren erarbeiteten bzw. aus Einzelgesprächen abgeleiteten Projektpässe aufgeführt. Ziel war und ist es, das konkrete Projekt bzw. die Maßnahme im Detail zu beschreiben und mit konkreten Zielen, Aufgaben, Akteuren und evtl. Kooperationspartnern, Umsetzungszeitraum sowie möglichen Finanzierungsquellen zu untermauern.

##### 4.1.1 Akteurs-Netzwerk etablieren

Maßnahme	Akteurs-Netzwerk etablieren
<b>Ziel</b>	Steigerung der Qualität und Quantität touristischer Angebote sowie der tourismusrelevanten Aktivitäten in der Region durch Vernetzung der Akteure und Leistungsträger
<b>Beschreibung</b>	Etablierung eines Netzwerkes im engeren und weiteren Raum Galenbecker See und Schaffung der Stelle eines Netzwerkkoordinators bzw. Projektmanagers für eine abgestimmte Angebotsentwicklung der Natur- und landschaftsbezogenen Freizeit- und Erlebnismöglichkeiten sowie eine gemeinsame Vermarktung der Angebote unterschiedlicher Leistungsträger
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Benennung von wichtigen Akteuren für die Netzwerkbildung</li> <li>▪ Definierung des Anforderungsprofils eines Netzwerkkoordinators (Möglichkeit der Förderung prüfen → Personalkostenförderung über Strukturentwicklungsmaßnahme (SEM))</li> <li>▪ Etablierung eines Stammtisches bzw. thematischer Mitgliederversammlungen</li> <li>▪ evtl. Gründung eines Fördervereins „sanfter Tourismus in der Region Galenbecker See“ bzw. Einbindung in vorhandene Vereine / Netzwerke</li> <li>▪ gemeinsame Produktentwicklung / Nutzung von Kommunikationsmitteln / Planung</li> <li>▪ Recherche nach Fördermitteln</li> </ul>
<b>Akteure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prüfung Etablierung Netzwerkkoordinator: Frau Krien, Herr Daedelow, Herr von Münchhausen, Herr Dohndorf</li> <li>▪ Leistungsträger: Förderverein (noch zu bilden bzw. Einbindung in bestehende FV über Kooperation)</li> <li>▪ Akteure: Kreisverwaltungen, Bürgermeister, Akteure vor Ort</li> </ul>
<b>Kooperationspartner</b>	Regionale Planungsverbände (RPV Vorpommern + Mecklenburgische Seenplatte), Tourismusvereine, Verein Euroregion Pomerania, LEADER-Aktionsgruppe (LAG), Naturpark Am Stettiner Haff, Wirtschaftsvertreter, Akteure vor Ort
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	Fördermittel, u. a.: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bis 2013 noch über LEADER</li> <li>▪ Personalkostenförderung über Strukturentwicklungsmaßnahme (SEM) des Wirtschaftsministeriums → Gesellschaft Struktur und Arbeit (GSA)</li> </ul> Beteiligung Akteure (u. a. spezielle Förderung möglich wenn Beteiligung von Wirtschaftsvertretern)

#### Hinweis:

Wichtigste Maßnahme → Voraussetzung zur Realisierung nachfolgender Maßnahmen

#### 4.1.2 Tages- bzw. Mehrtagesangebote

Maßnahme	Tages- bzw. Mehrtagesangebote
<b>Ziel</b>	Erweiterung des Angebotes der FEG, Entwicklung für Gäste in der Region Galenbeck
<b>Beschreibung</b>	Rundum-Angebote mit Schlechtwettervarianten; u. a. Organisation von Wanderrouten (inklusive Kutschfahrten) z. B. zwischen Rothemühl und Galenbeck mit Übernachtungen
<b>Aufgaben</b>	Entwicklung von zielgruppenorientierten Angeboten über Projektgruppe (Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk aufbauen/ festlegen) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Schritt: Tagesangebote</li> <li>2. Schritt: Mehrtagesangebote (Voraussetzung Übernachtungskapazitäten)</li> </ol> Grundüberlegungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definierung von Ausgangs- und Anlaufpunkten für verschiedene Fortbewegungsarten (zu Fuß/ Rad/ Auto/ Pferd/ Boot)</li> <li>▪ Prüfung der Wegevernetzung und -qualität, Kosten für Verbesserungsmaßnahmen</li> <li>▪ Prüfung und Entwicklung von zusätzlichen Freizeit-, Wellness- und Schlechtwetter- sowie Winterangeboten → Kombi-Angebote / Angebotsbausteine (Festtermine in der Region; Sportangebote, wie Nordic Walking oder Yoga; Wellness mit Sauna, Pool, Kamin/ Lagerfeuer, Massage)</li> <li>▪ Publizieren der Informationen (z. B. digital: über mobile Apps; analog z. B. über A 3-Abreiss-Block, der Überblick über alle z. B. historischen, kulturellen und sportlichen sowie gastronomischen Angebote sowie die touristische Wege-Infrastruktur gibt (km-Angaben, Schwierigkeitsgrade, Zustand etc.))</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk; z. B. beteiligte Leistungsträger/ Produktanbieter (Beherbergungsbetriebe, Gaststätten, Museenbetreiber, Sport-/ Wellnessanbieter), Förder- und Entwicklungsgesellschaft Uecker-Region mbH (FEG)
<b>Kooperationspartner</b>	Tourismusverbände, Förder- und Entwicklungsgesellschaft Uecker-Region mbH (FEG), Busunternehmer, öffentliche Medien z. B. NDR (bspw. „N3 Magazin“ oder „Landpartie“), Deutsche Bahn (DB Mobil → Reisekolumne), Ostseelandverkehr OLA Bahn
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk

#### 4.1.3 Planung von jahreszeitlichen Events

Maßnahme	Planung von jahreszeitlichen Events
<b>Ziel</b>	Schaffung ganzjähriger touristischer Angebote zur Aufwertung des Tourismus in der Region und insbesondere auch der Nebensaison
<b>Beschreibung</b>	Erstellung eines Monatskalenders zur Durchführung monatlicher Erlebnisevents für verschiedene Zielgruppen → Planung eines Hauptevents für jeden Monat mit Festlegung von Termin, Ort, thematischer Veranstaltung inklusive detaillierter Beschreibung, evtl. Zielgruppen, Organisator/ beteiligten Akteuren
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erarbeitung eines Angebotspools / Auflistung Potenziale in Natur/ Kultur</li> <li>▪ Festlegung der Organisation / Verantwortlichkeiten der einzelnen Veranstaltungen</li> <li>▪ Marketing</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk; z. B. beteiligte Gemeinden, TV Brohmer Berge e. V. und TI Woldegk/ Strasburg/ Torgelow/ Friedland, lokale/ regionale Leistungsträger, ehrenamtliche lokale Akteure
<b>Kooperationspartner</b>	UmweltPlan Stralsund /animare Rostock bzw. Konzept „Naturtouristische Entwicklung Region Galenbecker See“ (insb. Kapitel 1 und 6); Tourismusverbände VG und MS), Verein Euroregion Pomerania, Naturpark Am Stettiner Haff, Akteure vor Ort, Marketing-träger (z. B. NDR, Deutsche Bahn, Ostseelandverkehr OLA Bahn)
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	SEM-Stelle → Akteurs-Netzwerk, ehrenamtliches Engagement

Tabelle 30: Vorschläge für jahreszeitliche Events

Monat	Ort	Veranstaltung	Inhalte	Verantwortlichkeit	Zielgruppe
Januar	Fuchsberg – Klepelshagen	Rodelvergnügen am Fuchsberg (Schnee vorausgesetzt)	Gastronomische Versorgung (Wildgulasch, Feuerstelle, Glühwein, etc.)	TV Brohmer Berge e. V.	Familien als Tagesausflügler, Kinder- / Jugendgruppen
Februar	Reiterhöfe Neuensund, Ferdinandshof, Louisenhof, Gehren-Wietsch, Wittenborn, Woldegk	Schlittenfahrten durch den Winterwald (Schnee vorausgesetzt)	Schlittenfahrten, Gastronomische Versorgung (Glühwein, Wildwurst, Feuerstelle etc.)	TV Brohmer Berge e. V., Akteure der Pferdehöfe, Akteure der Unterkünfte	Tagesausflügler, Übernachtungsgäste z. B. Rattey, Kotelow
März	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Frühlingsfest	Sonderausstellung / Aktivitäten zum Thema Flora/Fauna / Konzerte/ Kulinarik etc.	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber des Zentrums	Naturinteressierte, Ornithologen, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
April	Ferdinandshof	Grüne Märkte	Stände mit regionalen Produkten aus verschiedenen Bereichen (Kulinarik, Handwerk etc.)	TV Brohmer Berge e. V., Akteurs-Netzwerk, Leistungsträger	Tagesausflügler
	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Vogelkiekerfahrten	Geführte Touren am Galenbecker See, Picknick in der Natur	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber des Zentrums	Naturinteressierte, speziell Ornithologen, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
Mai	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Galenbecker See	Frühlingserwachen am Galenbecker See	geführte Wanderung rund um den See mit Aktionen entlang des Weges	TV Brohmer Berge e. V., Akteurs-Netzwerk	Naturinteressierte, Familien, Tagesausflügler, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
Juni	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Fuchsberg (?), Gehren Ausbau, Besucher-Informationszentrum, Demenzsee, Lübkowsee	Mittsommer (21.Juni)	Mittsommereuer mit Tanz, Musik, Aktionen, Kulinarik	TV Brohmer Berge e. V.	Tagesausflügler, Familien
	Galenbecker See / Brohmer Berge (Bergkaveln)	geführte Erkundungstouren	Eigenheiten der Flora und Fauna am Galenbecker See und in den Brohmer Bergen	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber des Zentrums	Naturinteressierte, Familien, Tagesausflügler, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen

Monat	Ort	Veranstaltung	Inhalte	Verantwortlichkeit	Zielgruppe
Juli	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Zaunkönigstag	Aktionen rund um den Zaunkönig	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber des Zentrums	Naturinteressierte, speziell Ornithologen, Familien, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
	Brohmer Berge / Alte Salz- und Heringsstraße/ Alter Postweg	Historische Radtouren	Abfahren historischer Strecken in der Region Brohmer Berge	TV Brohmer Berge e. V., TI, Akteurs-Netzwerk	Naturinteressierte, Tagesausflügler, Gäste der umgebenden Gutshäuser/ Unterkünfte
August	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Nachtigallenwoche und Fledermaustage	Aktionen rund um das Thema Nachtigall und Fledermaus	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber Zentrum	Naturinteressierte, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
September	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Heinrichswalde / Galenbeck / Kotelow / Rattey	Fisch-Gourmettage	Kulinarische Spezialitäten (u. a. Spitzenkoch kreiert Fischgerichte)	TV Brohmer Berge e. V., Leistungsträger (Fischerhaus, Fischer, Gutshäuser)	Tagesausflügler, Übernachtungsgäste der umgebenden Gutshäuser/ Unterkünfte
	Klepelshagen	Hirschtage	Erleben der Rotwild-Brunft	Wildtierland Gut Klepelshagen	Naturinteressierte, Hobbyfotografen / Filmer, Tagesausflügler, Übernachtungsgäste der umgebenden Gutshäuser/ Unterkünfte
	Klepelshagen / Gehren / Brohmer Stausee etc.	Drachenfest	Herbstliche Aktivitäten rund um Drachen	TV Brohmer Berge e. V., Leistungsträger, Akteurs-Netzwerk	Familien, Kinder- und Jugendgruppen
	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Natur- und Tierfilmfestival	Aktionen rund um Natur- bzw. Tierfilme, Zeigen und Auszeichnen von Hobbyaufnahmen, Filmen, Mitwirkung Prominenter (beispielsweise Hardy Krüger jr.)	TV Brohmer Berge e. V., Akteursnetzwerk, Betreiber Zentrum	Naturinteressierte, Hobbyfotografen / Filmer, Tagesausflügler

Monat	Ort	Veranstaltung	Inhalte	Verantwortlichkeit	Zielgruppe
Oktober	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Heinrichswalde / Galenbeck → Besucher-Informationszentrum	Zugvogelfest (vorrangig Kraniche, Gänse)	Sonderausstellung / Aktivitäten zum Thema Zugvögel / Konzert / Kulinarik etc.	TV Brohmer Berge e. V., Betreiber des Zentrums	Naturinteressierte, speziell Ornithologen, Schulklassen, Kinder- / Jugendgruppen
	Klepelshagen/ Ferdinandshof/ Galenbeck (Tanzlinde)	Apfeltage	Aktionen rund um das Thema Apfel mit Tanz, Musik, Kulinarik, Schauvorführun- gen, Mitmachaktionen etc.	TV Brohmer Berge e. V., Leistungsträger (Original Bauerngarten Manufak- tur), Akteurs-Netzwerk	Tagesausflügler, Familien, Schulklassen, Kinder- / Ju- gendgruppen
November	Ferdinandshof	Grüne Märkte	s. April	s. April	s. April
	Klepelshagen	Wild-Gourmettage	Kulinarische Genüsse verschiedener Wildtiere und Wildpflanzen mit Schauko- chen, Mitmachen und Zelebrieren	TV Brohmer Berge e.V., Leistungsträger	Tagesausflügler, Übernach- tungsgäste der umgebenden Gutshäuser/ Unterkünfte
Dezember	Brohmer Berge, Rothemühl, Burgwall	Weihnachtszauber in den Brohmer Bergen	Aktionen rund um Weihnachten: regiona- le, landestypische Bräuche mit Kulinari- schen und handwerklichen Spezialitäten, Vorführungen und Selbermachen, Weih- nachtsbaumschlagen	TV Brohmer Berge e. V., Leistungsträger (z. B. Töpferei Rothemühl, Märchenhaus, Forstamt), Akteurs-Netzwerk	Tagesausflügler, Familien



#### 4.1.4 „Seeerleben“

Maßnahme	„Seeerleben“
<b>Ziel</b>	touristische Aufbereitung und innovative Erlebarmachung des Galenbecker Sees (evtl. Übertragbarkeit auf andere Seen der Region), jedoch sensibler Umgang hinsichtlich naturschutzfachlicher Aspekte
<b>Beschreibung</b>	<p>Konzipierung mehrerer Angebots-Bausteine hinsichtlich Ermöglichung des Seeerlebnisses, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturlehrpfad durch das Schilf bzw. in Teilbereich des Schilfgürtels</li> <li>▪ Erschließung des Sees und des Seeufers über Aussichtspunkte und Möglichkeiten der Befahrung (See) bzw. Begehung (Ufer)</li> <li>▪ Erweiterung der Plattformen für die Tierbeobachtung (Stationen mit unterschiedlichen Themen)</li> <li>▪ Errichtung eines Turmes in den Brohmer Bergen oder im Randbereich des Sees mit Anbindung an Infrastrukturen (Bewirtung/ Übernachtung/Dienstleistungen) und „touristische Erlebnisbereiche“ (→ Co-/Refinanzierungsoptionen)</li> <li>▪ visuelle Darstellung der gesamten Entwicklungsgeschichte Galenbecker See/Friedländer Große Wiese</li> </ul>
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbesserung der Einsehbarkeit</li> <li>▪ gezielte Auswahl von Zuwegungen</li> <li>▪ Ausstattung von Aussichtspunkten mit speziellen Informationen zu Nord- und Südufer des Sees, Lehr- bzw. Infotafeln speziell auf örtliche Flora/Fauna, Geologie, Wasser- verhältnisse, Nutzungsgeschichte, Renaturierungsmaßnahmen etc. abstimmen</li> <li>▪ evtl. Moorlehrpfad etablieren → „Rück“sicht auf Friedländer Große Wiese einbeziehen</li> <li>▪ Helmut-Drechsler-Pfad aufwerten und erweitern</li> <li>▪ elektronische Guides für Führungen anbieten (Apps über Tourismusverbände einbin- den)</li> <li>▪ Marketingmöglichkeiten (vor allem Internet) prüfen und mit entsprechenden Akteuren kommunizieren, insbesondere Vermarktung der Idee „Turm“ über Spezialisten → Aus- schreibung z. B. über Internet zur Gewinnung von Investoren</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk; bzgl. Vermarktung Investitionsprojekt „Turm“ sollten Marketingspezialisten beauftragt werden
<b>Kooperations- partner</b>	<i>muss noch spezifiziert werden</i> (u. a. sollten die Tourismusverbände als Kooperationspart- ner gewonnen werden)
<b>Zeithorizont</b>	langfristig
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ evtl. Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung (NUE-Stiftung) für Umbau/ Erweiterung Lehrpfad</li> <li>▪ Investition auf Eigeninitiative (Privatinvestor)</li> </ul>

#### Hinweis:

Eine Untersetzung der Maßnahme mit Beispielkosten und Investitionsangaben findet sich im anschließenden Kapitel.

#### 4.1.5 Moor-Lehrpfad

Maßnahme	Moor-Lehrpfad
<b>Ziel</b>	<p>touristische bzw. Lehrpfad-Aufbereitung und innovative Erlebbarmachung der Friedländer Großen Wiese unter Berücksichtigung naturschutzfachlicher, klimatischer, geschichtlicher und politischer Aspekte</p> <p>Ansprache der Zielgruppe Kinder und Jugendliche → Erlebnisorientierung + politische Bildung (forschendes Lernen) + Bewegung + Umweltbildung (Nutzung der Übernachtungsmöglichkeit in Gehren, ggf. Schwichtenberg reaktivieren)</p>
<b>Beschreibung</b>	<p>Konzipierung eines oder mehrerer Themen-/ Erlebniswege(s) in der Friedländer Großen Wiese (Wegeführung auf bestehenden Feldwegen)</p> <p>mögliche Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klimaentwicklung/ Nutzung des Moors und negative Folgen</li> <li>▪ Geschichte (Entwicklung der Friedländer Großen Wiese seit den 1930er Jahren (Stichwort: Egon und das 8. Weltwunder, FDJ) → politische Bildung</li> </ul> <p>Ausgangs- und Anlaufpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heinrichswalde (Vogelschutzstation/ Schutzzentrum)/ Galenbecker See</li> <li>▪ Mariawerth, Heuweiche nördlich Mariawerth (Birkenalleen)</li> </ul> <p>visuelle Darstellung der gesamten Entwicklungsgeschichte Friedländer Große Wiese, u. a. mit Silhouetten und Durchblickspanoramen (vgl. Kap. 2.5.2)</p>
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einbindung der/des Flächenbesitzer(s)</li> <li>▪ Auswahl von Wegeführungen und Anlaufpunkten</li> <li>▪ Auswahl der Themen (Fauna/ Flora, Klima, Geschichte/ Politik)</li> <li>▪ Marketingmöglichkeiten (vor allem Internet) prüfen und mit entsprechenden Akteuren kommunizieren (z. B. Schulen, öffentliche Träger, politische Akteure)</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk
<b>Kooperationspartner</b>	<i>muss noch spezifiziert werden</i> (z. B. Vogelschutzzentrum Heinrichswalde, u. a. sollten die Tourismusverbände als Kooperationspartner gewonnen werden)
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	Förderung über LEADER und Umweltstiftungen möglich (BINGO-Projektförderung, NUE-Stiftung (Nordeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung), ggf. Fördermittel über Thema der politischen Bildung

#### 4.1.6 Vermittlung von Mindestkriterien für die Beherbergung

Maßnahme	Vermittlung von Mindestkriterien für die Beherbergung
<b>Ziel</b>	Steigerung der Qualität der Unterkünfte (Ausstattung und Werbung) zur Aufwertung und Attraktivierung des Übernachtungsangebotes
<b>Beschreibung</b>	Vermittlung von Mindestkriterien für die Qualität der Unterkünfte (Anforderungskatalog / -liste) an touristische Leistungsträger zur Gewährleistung eines einheitlichen und qualitativ hochwertigen Standard für Gäste
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Festlegen von Standards → Qualitätsstandards Übernachtung sowie Vereinheitlichung der Werbung dieser (Straßenaushänge, Anzeigen, Auftritt in Katalogen)</li> <li>▪ aufbauend darauf Kategorisierung und Weiterqualifikation der Unterkünfte z. B. zu Bett&amp;Bike-Unterkünften</li> <li>▪ thematische Akteurs-/ Mitgliederversammlungen u. a. mit Best-Practice-Vorträgen / Beispiele anderer Regionen (Optimierung Raumnutzung, Ausbauvorschläge etc.)</li> <li>▪ Zentralisierung der Buchbarkeit ((Online)-Buchungen)</li> </ul>
<b>Akteure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leistungsträger:</li> </ul> <p>Beherbergungsbetriebe der Region und Tourismusverband Brohmer Berge e. V., Tourist-informationsstellen Friedland, Strasburg</p>

Maßnahme	Vermittlung von Mindestkriterien für die Beherbergung
Kooperationspartner	Tourismusvereine, DEHOGA, TI Friedland/ Strasburg/ Torgelow
Zeithorizont	kurzfristig
Finanzierung	ehrenamtlich

#### 4.1.7 Angebots-Flyer-Box

Maßnahme	Angebots-Flyer-Box
Ziel	Steigerung der Qualität regionaler Anbieter/ Akteure durch Vorhalten von Infomaterial über touristische Angebote und Vernetzung dieser in Form von Rad- und Wandertouren in der Region
Beschreibung	Schaffung einer Angebots-Flyer-Box mit handlichen Detailkarten für die Gastgeber der Region als Angebot an ihre Gäste (Gastgeber und touristische „Attraktionen“ als Ausgangs-/ Wegepunkte) (vergleichbar mit Angebot Jagdschloss Kotelow in Kap. 1.4.2, Tabelle 12)
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definition und Organisation eines Bearbeitungsteams über Akteurs-Netzwerk → Einbindung von Ehrenamtlichen/ Hochschulen/ Schulen klären</li> <li>▪ Festlegung von Anforderungen/ Standards (Wegelängen, Zielgruppe, Attraktionen, Themengebiete, saisonale Erscheinungen, Ausgabeformat der Flyer/Handzettel)</li> <li>▪ Auswertung und Aufbereitung aller relevanten Angebote/touristischer Elemente</li> </ul>
Akteure	Leistungsträger der Region (Beherbergung, Kultur, Gastronomie etc.) (Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk)
Kooperationspartner	Hochschulen und andere Bildungsträger UmweltPlan Stralsund /animare Rostock bzw. Konzept „Naturtouristische Entwicklung Region Galenbecker See“
Zeithorizont	kurz- bis mittelfristig
Finanzierung	ehrenamtlich: Praktika und „volunteer work“ (Hochschuleinrichtungen, Schulen, Projektwochen) Finanzierung kartografische Beratung/ Umsetzung ggf. über Beteiligung Leistungsträger

#### 4.1.8 Foodcenter Klepelshagen

Maßnahme	Foodcenter Klepelshagen
Ziel	Steigerung des Bekanntheitsgrades der Gourmet Manufaktur Gut Klepelshagen GmbH und weiterer regionaler Erzeuger
Beschreibung	Umbau der Produktionsstätte zu einer Schaumanufaktur
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung der Produktpalette, z. B. durch Ergänzung des (Wild-)Fleisch-Angebotes um regionale Früchte in Form von Konfitüren, Gelees und Säften</li> <li>▪ Führung von angemeldeten Besuchergruppen durch die Produktionsstätten (hinter Glas aufgrund Hygienestandards), ggf. Angebot eines festen, regelmäßigen Termins für Individualtouristen</li> <li>▪ Anbieten von Back- und Kochkursen (aktiv/ passiv) mit regionalen Köchen sowie bekannten Sterneköchen</li> <li>▪ Anbieten von Schlacht- und Verarbeitungsseminaren für (Wild-)Fleisch sowie Kurse für die Verarbeitung von Obst und Gemüse</li> <li>▪ Anbieten von Kursen für Gesunde Ernährung</li> </ul>
Akteure	Gourmet Manufaktur Gut Klepelshagen GmbH
Kooperationspartner	regionale Produkt-Anbieter (z. B. Gutsbrennerei Schloss Zinzow, Original Bauerngarten Manufaktur); Produktentwickler für Gastronomische & Kulinarische Konzepte (z. B. Herr Laumen, Stralsund: Kulinarische Dienstleistungen mit Kopf und Hand)

<b>Maßnahme</b>	<b>Foodcenter Klepelshagen</b>
<b>Zeithorizont</b>	mittelfristig
<b>Finanzierung</b>	privat

#### 4.1.9 Erweiterung Besucherleitsystem auf Autobahn-Rastplätze

<b>Maßnahme</b>	<b>Erweiterung Besucherleitsystem auf Autobahn-Rastplätze</b>
<b>Ziel</b>	Steigerung der Bekanntheit der Region, Akquirieren von zukünftigen Gästen
<b>Beschreibung</b>	Ergänzung des bestehenden Besucherleitsystems (braun-weiße Hinweis-Schilder an der Autobahn sowie in der Region nach Klepelshagen) durch Informationstafeln auf den nahegelegenen Rastplätzen entlang der A 20 (Rastplatz „Brohmer Berge“ und Rastplatz „Ravensmühle“); Vermarktung über Dachmarke Naturpark „Am Stettiner Haff“ und „Brohmer Berge“ als Region „Galenbecker See“
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definition und Organisation eines Bearbeitungsteams über Akteurs-Netzwerk → Einbindung von Ehrenamtlichen/ Hochschulen/ Schulen klären</li> <li>▪ Klären der rechtlichen Voraussetzungen, Bedingungen und Verantwortlichkeiten</li> <li>▪ Festlegen von Design, Material und Inhalten (bezogen auf Dachmarke)</li> <li>▪ Ausschreibung der (ggf. inhaltlichen Erarbeitung und ) Umsetzung</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk
<b>Kooperationspartner</b>	Hochschulen und andere Bildungsträger bzw. UmweltPlan Stralsund /animare Rostock (inhaltliche Erstellung)
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	Förderung über LEADER und andere Umweltstiftungen möglich (BINGO-Projektförderung, NUE-Stiftung (Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung); ggf. Finanzierung über Beteiligung der Leistungsträger

#### 4.1.10 Erweiterung Besucherleitsystem entlang von Rad- und Wanderwegen

<b>Maßnahme</b>	<b>Erweiterung Besucherleitsystem entlang Rad- und Wanderwegen</b>
<b>Ziel</b>	Steigerung der Bekanntheit und Annahme der Region, Akquirieren von zukünftigen Gästen durch qualitative Steigerung der Rad- und Wanderwege
<b>Beschreibung</b>	Bau von Info-Points mit Rastplatz (umfasst mind. Schutzhütte mit Sitzgelegenheit) vorrangig entlang stark frequentierter Rad- und Wanderwege (z. B. Mecklenburgischer Seenradweg, Radfernweg Berlin-Usedom, E 9a Naturparkweg); berücksichtigt werden sollte dabei die Anbindung an den ÖPNV (mind. Angaben zu nächstgelegenen Standorten ggf. mit Fahrplänen) und die Vermittlung von Lehrinhalten zu Flora, Fauna und regionalen Besonderheiten (u. a. in spielerischen Elementen)
<b>Aufgaben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definition und Organisation eines Bearbeitungsteams über Akteurs-Netzwerk → Einbindung von Ehrenamtlichen/ Hochschulen/ Schulen klären</li> <li>▪ Klären der rechtlichen Voraussetzungen, Bedingungen und Verantwortlichkeiten (u. a. Eigentumsfragen)</li> <li>▪ Festlegen von Design, Material (bevorzugt regionale Materialien) und Inhalten</li> <li>▪ Ausschreibung der (ggf. inhaltlichen Erarbeitung und ) Umsetzung</li> </ul>
<b>Akteure</b>	Definition und Organisation über Akteurs-Netzwerk
<b>Kooperationspartner</b>	Hochschulen und andere Bildungsträger bzw. UmweltPlan Stralsund /animare Rostock (inhaltliche Erstellung), UmweltPlan Stralsund (konzeptionelle und bauliche Planung)
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig
<b>Finanzierung</b>	Förderung über LEADER und andere Umweltstiftungen möglich (BINGO-Projektförderung, NUE-Stiftung (Norddeutsche Stiftung für Umwelt und Entwicklung)

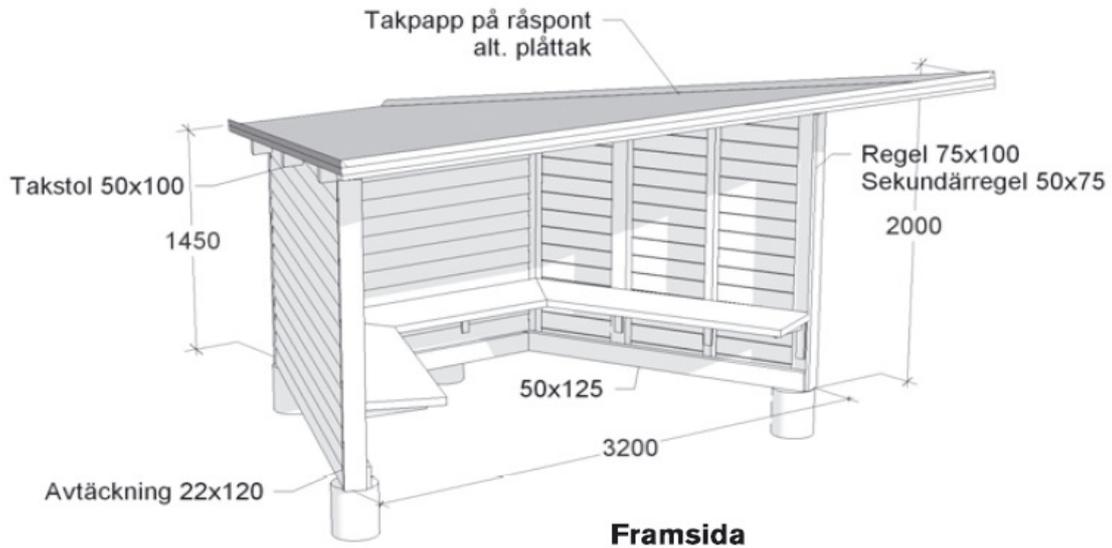
## 4.2 Investive Projekte

Nachfolgend werden auf einen langfristigen Umsetzungszeitrahmen angelegte Projektpässe für die drei Handlungsfelder touristische Angebote, Marketing und Infrastruktur detailliert dargelegt. Wie dargestellt, sind diese teilweise mit relativ hohen Investitionskosten verbunden. Diesen gegenüber gestellt werden jedoch auch mögliche Einnahmen. Diese innovativen Projekte können langfristig dazu beitragen, in der Region eine nachhaltige naturtouristische Entwicklung zu initiieren.

### 4.2.1 Projekt: See-Erlebnis-Stationen und Panoramaturm – Entwicklung eines "Seeerlebens"

Projekt See-Erlebnis-Stationen und Panoramaturm – Entwicklung eines "Seeerlebens"	
<b>Kurzbeschreibung der Investition:</b>	
<p><b>mögliche Bestandteile:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturlehrpfad durch das Schilf,</li> <li>▪ Erweiterung der Plattformen für die Tierbeobachtung,</li> <li>▪ Aussichtspunkte und Möglichkeiten der Befahrung bzw. Begehung</li> <li>▪ Rast- und Picknickplätze</li> <li>▪ Errichtung eines Panorama-/ Aussichtsturmes in den Brohmer Bergen</li> </ul>	<p><b>mögliche Stationen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Waldlabyrinth</li> <li>▪ Barfußpfad</li> <li>▪ Weg der Sinne</li> <li>▪ Naturspielplatz</li> </ul>
<b>Rast- und Picknickplätze:</b>	
Bsp. Grillstation:	
Ritning	
<p>(Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)</p>	

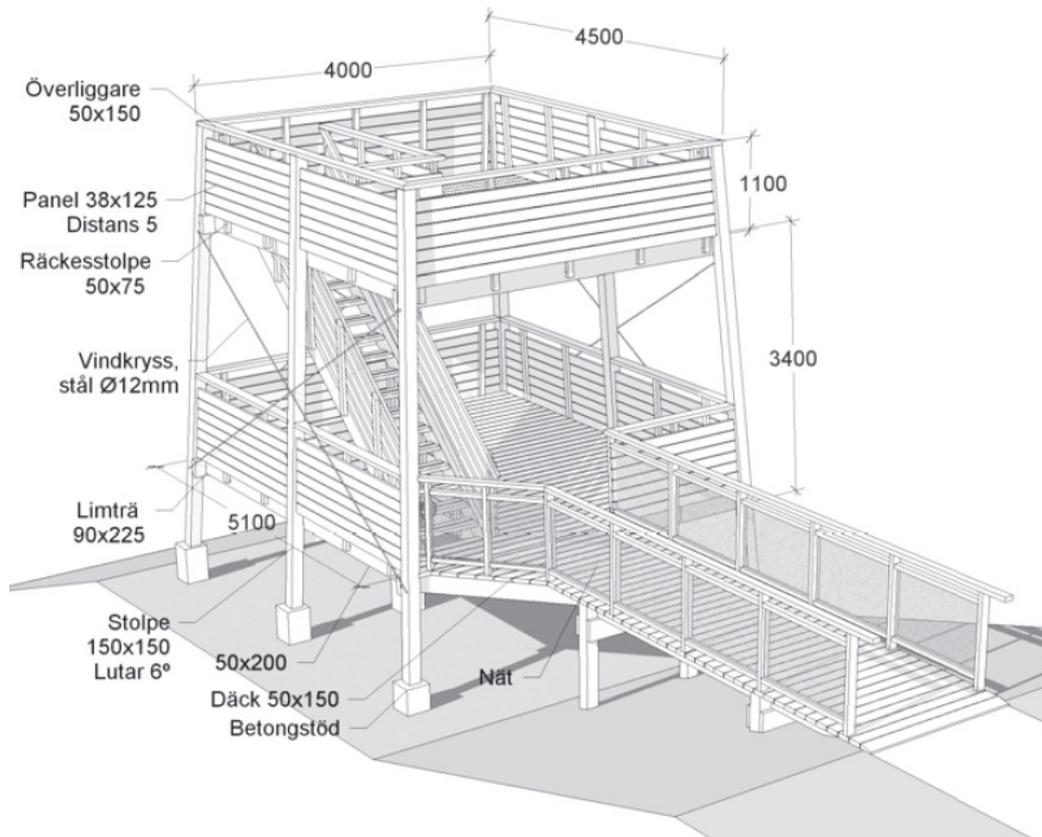
Bsp. einfacher Wetterschutz:



(Quelle: Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)

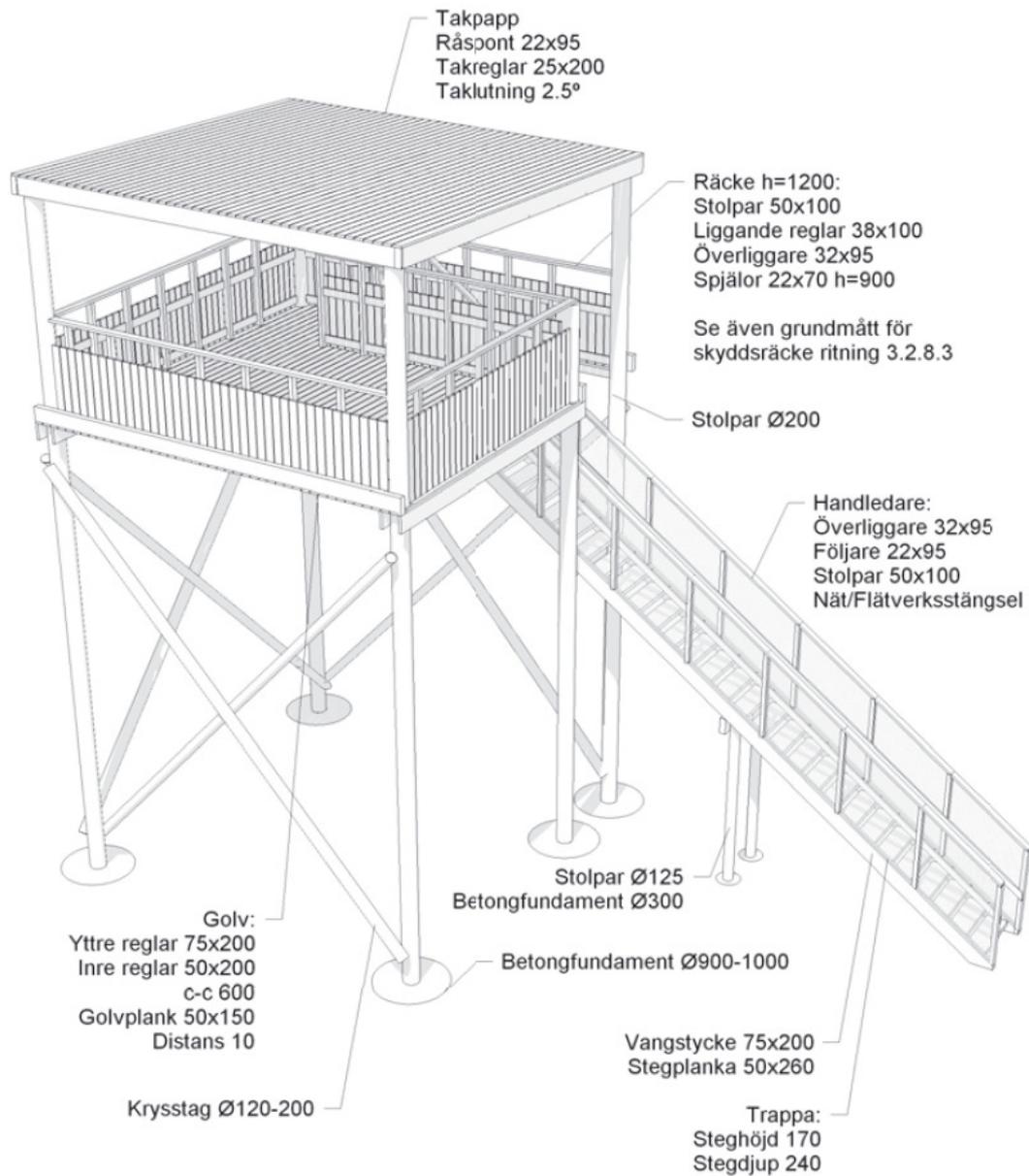
### Tierbeobachtungsplattformen & Aussichtspunkte

Bsp. rollstuhlgerechter Vogelbeobachtungsturm / 2 Ebenen



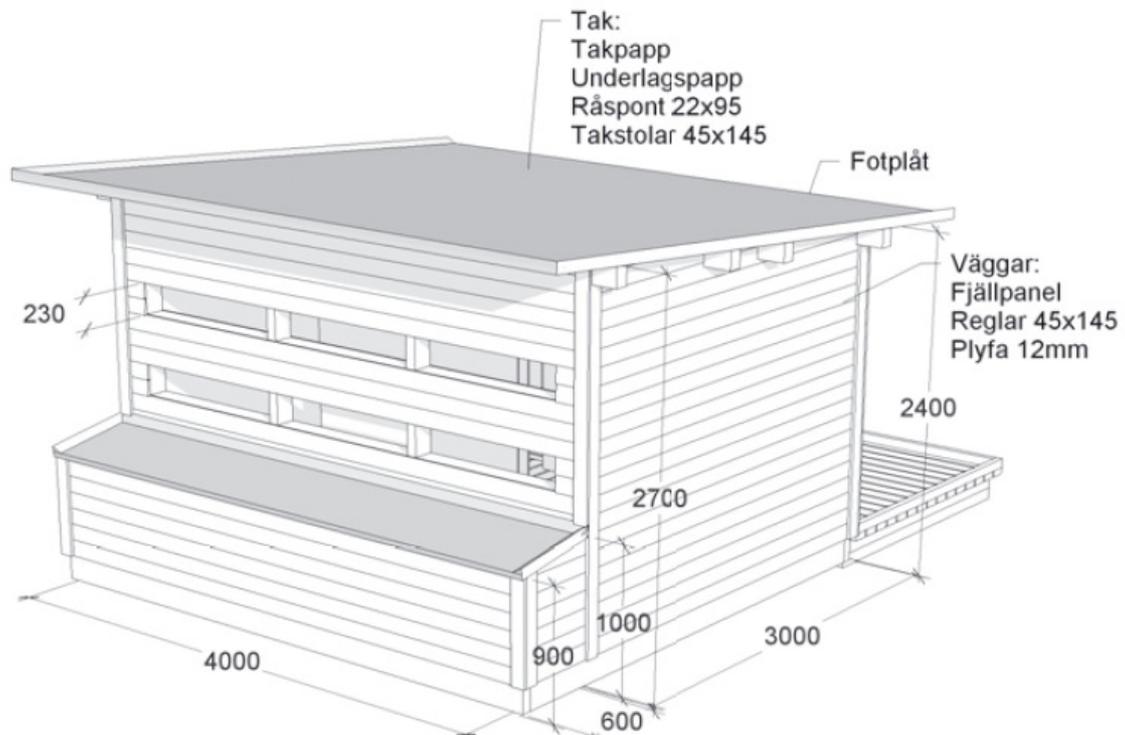
(Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)

Bsp. Vogelbeobachtungsturm 8,50 m



(Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)

Bsp. Vogelbeobachtungshütte mit Sichtschutz



(Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)

Hinweis:

Im LK VG existiert dazu auch ein „Typenkatalog für Beobachtungskanzeln“(Erstellung im Rahmen eines LEADER-Projektes im Altkreis UER, 2007). Dieser befindet sich derzeit in der Aktualisierung.

**Aussichtsturm:**

Bsp. Grümbketurm bei Neuenkirchen, Rügen (16,50 m hoch)



### Aussichtspavillon:

Bsp. Aussichtspavillon im Dovrefjell-Sunndalsfjella Nationalpark, Norwegen



### Bohlensteg mit Aussichtsplattform + Rundweg:

Bsp. Bohlensteg mit Aussichtsplattform im Riebener See + Rundweg um den See (Brandenburg)



Quelle: [http://de.wikipedia.org/wiki/Riebener\\_See](http://de.wikipedia.org/wiki/Riebener_See)

**Erlebnisstationen:**

Bsp. Weg der Sinne und Barfußpfad



Bsp. Klangerlebnisse und Geschicklichkeitsübungen (Quelle: Richter Spielgeräte GmbH)



Klangbogen



Pfeiffenwippe



Schwingbohle / Wackelsteg



Tanzglockenspiel

Bsp. Informationstafeln

- durch eine einheitliche Gestaltung (Trägerelemente, Dachform etc.) wird erreicht, dass unterschiedliche Stationen als zusammengehörig erkannt werden können
- Aufnahme von Informationen zum gesamten Stationsnetz leiten Besucher weiter



Infostelen (Bsp. Stralsund / Leipzig)



Tafel mit einfachem Trägerpfahl



Tafel mit traditionellem Holzträger



Tafel mit Stahlträger

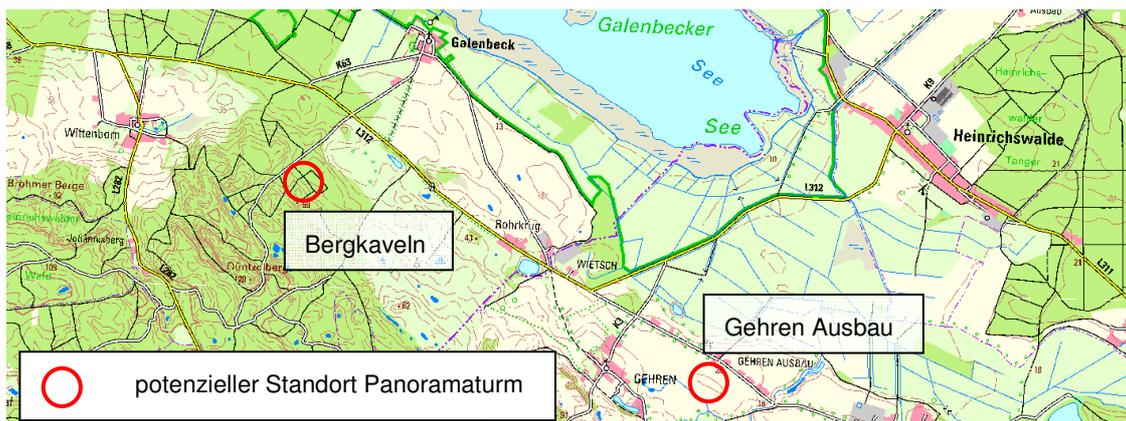
### Zielgruppen:

- Ornithologen und Tierbeobachter, Wanderer, Radfahrer
- Familien
- Großeltern mit Enkeln (Best Ager)

### Potenzieller Standort:

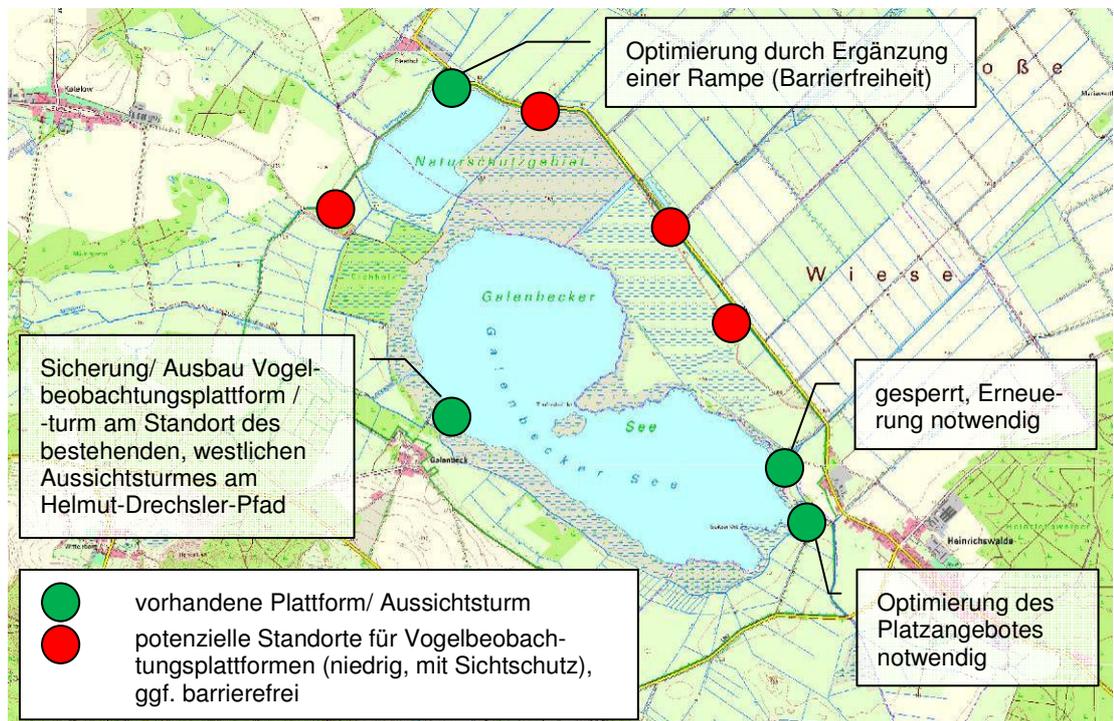
#### **Panorama-/ Aussichtsturm**

- Brohmer Berge
  - Einordnung im nördlichen Bereich (Kuppen der Bergkaveln) gewährleistet Blick auf Galenbecker See und Friedländer Große Wiese und ermöglicht Wahrnehmung der gesamten Eiszeitlandschaft, ggf. Sicht bis zum Haff
  - Hinweis für Rentabilität: Kombination der Aussicht mit weiteren investiven Attraktionen (Hirschgehege/ Streichelzoo, Nähe zu Badesee und/ oder Gastronomie („Fischerhaus“ Galenbeck), Baumwipfelpfad)
  - Hinweis zu Kosten: Kostenreduzierung ggf. durch Kombination des Aussichtspunktes mit Antennenträger o. ä. (→ Kontakt zu Mobilfunkbetreibern suchen (Netzausbau Mobilnetz in Region notwendig) = „win-win-Situation“)
- Anhöhe Gehren Ausbau (Alternativstandort)
  - infrastrukturell gut erschlossen, aber größere Turmhöhe aufgrund Lage notwendig (8 m); Erlebniswert und Attraktivität geringer als Brohmer Berge

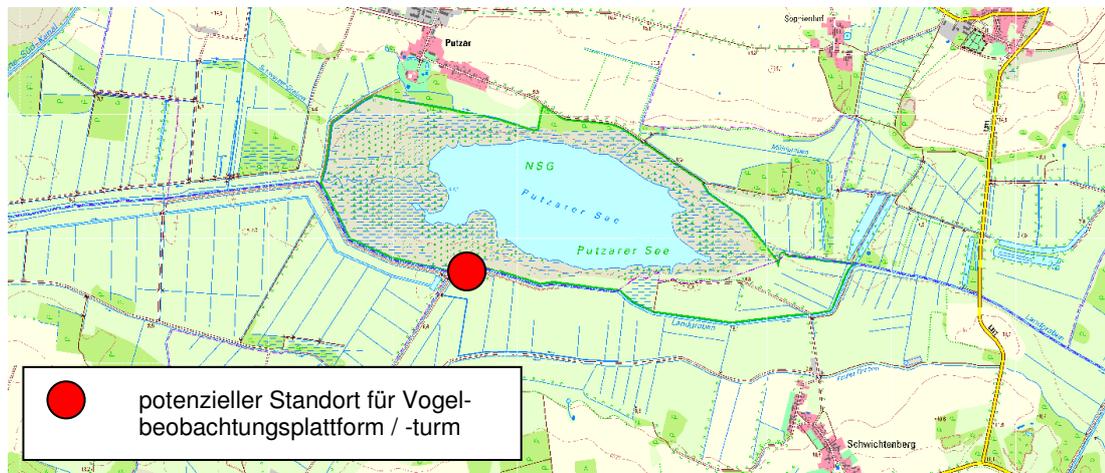


#### **Vogelbeobachtungsplattformen / -turm:**

- *Galenbecker See Westseite:*
  - Standort des bestehenden Aussichtsturmes am Helmut-Drechsler-Pfad, in Baumkronen integriert (geringere Beeinträchtigung des Landschaftsbildes durch Hochbauwerk)
  - für Beobachter und Fotografen kein Gegenlicht
  - im Umfeld besserer Baugrund für zusätzliche Erschließungen und Infrastrukturen
  - bestehende Infrastrukturen in der Nähe: Gasthaus, Tanzlinde mit Spielplatz, Nutzung leerstehender Gebäude möglich
- *Kanzel im Osten optimieren* (Platzmangel bei mehreren Beobachtern)
- *Plattform Fleethof:* Rampenzufahrt schaffen; Verblendung nicht notwendig; keine Überdeckung (um Gefahr des Vandalismus und illegaler Zusammenkünfte/ „Partys“ zu begegnen)
- *Galenbecker See Nord- und Nordostseite* (rote Markierung):
  - direkte Anbindung an L 311 (Randwanderweg „Brohmer Berge & Randowtal Rundweg“; Radrundweg „Rund um Galenbeck“ / Radwanderweg „Um den Galenbecker See“; Radwanderweg „Auf den Spuren der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn“);
  - niedrige Ausführung mit Sichtschutz
  - barrierefreie Erschließung und Schaffung von Parkplätzen möglich
  - Integration in ein Stationsnetz (Rundweg)



Putzärer See: Südseite



**Naturlehrpfad durch das Schilf**

- keine Eignung am Galenbecker See (Moorstandort nicht geeignet für Erschließung, hohe rechtliche Hemmnisse, keine Amortisation des Kostenaufwandes)

**Anforderungen:**

- See muss für Gäste erreichbar sein → attraktiver Weg um den Galenbecker See notwendig (derzeit Damm nicht betretbar) → Attraktivierung durch Vogelbeobachtungsplattformen in Kombination mit Erlebnisstationen (Stationsnetz = Besucherlenkung)
- barrierefreie Erschließung und Vorhandensein von Rast- und Parkplätzen an Vogelbeobachtungsplattformen/ Erlebnisstationen
- Vogelbeobachtungsplattformen müssen mit Sichtschutz ausgestattet sein um Scheuchwirkung auf Wasservögel zu begegnen, Erlebnisstationen sind sichtgeschützt zu verorten (z. B. hinter Dammbauwerk)
- Hinweis: bei Ausführungen mit Witterungsschutz auf Verwendung von Vogelglas achten (Leitfaden Vogelfreundliches Bauen mit Glas und Licht, s. a.: [http://www.bfn.de/0401\\_pm.html?%20x\\_ttnews\[tt\\_news\]=4323](http://www.bfn.de/0401_pm.html?%20x_ttnews[tt_news]=4323))

**Investitionskosten:**

**Investitionskosten Rastplätze:**

Beispiel (alle Lärche, mit Fundament)	Baukosten in EUR	Planungsleistung in EUR (zzgl. Baukosten) <sup>130</sup>		Wartungskosten in EUR (jährlich) <sup>130</sup>	
Grillstation	20.000,00	20%	4.000,00	10%	2.000,00
Wetterschutz einfach	15.000,00	20%	3.000,00	10%	1.500,00

**Investitionskosten Vogelbeobachtungsplattformen:**

Beispiel (alle Lärche, mit Fundament)	Baukosten in EUR	Planungsleistung in EUR (zzgl. Baukosten) <sup>130</sup>		Wartungskosten in EUR (jährlich) <sup>130</sup>	
rollstuhlgerechter Vogelbeobachtungsturm / 2 Ebenen	74.000,00	20%	14.800,00	10%	7.400,00
Vogelbeobachtungsturm 8,50 m	57.200,00	20%	11.440,00	10%	5.720,00
Vogelbeobachtungshütte mit Sichtschutz	24.200,00	20%	4.840,00	10%	2.420,00

**Investitionskosten Bsp. Aussichtsturm Grümbketurm bei Neuenkirchen, Rügen (16,50 m hoch):**

Beispiel	Baukosten in EUR	Planungsleistung in EUR (zzgl. Baukosten) <sup>130</sup>		Wartungskosten in EUR (jährlich) <sup>130</sup>	
Variante Holz (Lärche, mit Fundament)	50.000,00	20%	10.000,00	10%	5.000,00
Variante Stahl (geringerer Wartungsaufwand <sup>131</sup> )	161.000,00	25%	40.000,00	3-5%	8.050,00

**Investitionskosten Bsp. Aussichtspavillon im Dovrefjell-Sundalsfjella Nationalpark:**

- 1 Mio. Euro (Beobachtungspavillon, Parkplatz, Info-Point, WC-Anlage, 1.600 m langer Weg)

**Investitionskosten Bsp. Bohlensteg mit Aussichtsplattform + Rundweg (Riebener See, Brandenburg):**

Beispiel	Baukosten in EUR	Planungsleistung in EUR		Wartungskosten in EUR
Steg und Aussichtsplattform mit Sichtschutz (Eiche); Steglänge ca. 20 m	~ 51.000,00	20%	~ 10.200,00	k. A., bisher nicht angefallen, Instandhaltung aufgrund von Vandalismus (Steg) bzw. Erosionsschäden und Bewuchs (Weg) notwendig
anschließender Rundweg 5 km (davon 4 km außerhalb; wassergebunden)	~ 360.000,00 (ca. 50 EUR pro m <sup>2</sup> )	20 %	~ 72.000,00	

<sup>130</sup> % der Baukosten

<sup>131</sup> Absolut gesehen sind die Wartungskosten für den Turm aus Stahl höher. Allerdings fallen diese Kosten nicht in den ersten Jahren an (wie beispielsweise bei Holz). Der Turm hält zudem insgesamt länger. Demgegenüber sind die Wartungskosten (neuer Korrosionsschutz) jedoch deutlich höher, wenn sie anfallen. Bei der Stahlvariante würden Wartungskosten erst nach 2-3 Jahren und Reparaturen nach 6 Jahren anfallen. Bei Holz würden jährlich Wartungskosten und nach 3 Jahren Reparaturen anfallen. Die Wartungskosten für die Stahlvariante werden dennoch jährlich kalkuliert, da sie als Rückstellung berücksichtigt werden müssen. Der Vorteil bei einem gut gewarteten Stahlurm ist, dass er 50-70 Jahre hält, ein Turm aus Holz hingegen max. 25 Jahre. Der Grümbketurm beispielsweise hielt nur 12 Jahre (aufgrund eines Wartungsfehlers).

**Investitionskosten Erlebnisstationen:**

- abhängig von der Anzahl der Stationen, Interaktivität / Komplexität & Material
- Bsp. im Naturraum Iller (Allgäu):  
6 Beobachtungsstationen mit Exkursionen inkl. 1 Vogelbeobachtungsturm: 91.800 Euro

Bsp. Klangerlebnisse und Geschicklichkeitsübungen (Quelle: Richter Spielgeräte GmbH):

Beispiel	Gerätekosten ohne MwSt.
Klangbogen	8.000 Euro
Pfeiffenwippe	3.500 Euro
Schwingbohle / Wackelsteg	3.200 Euro
Tanzglockenspiel	16.300 Euro

**Investitionskosten Informationstafeln:**

Beispiel	Konstruktion/ Trägersystem*	Kosten ohne inhaltliche Bearbeitung
Infostele**	2- bis 3-seitige Pfahlkonstruktion (Stahl) mit eingespannter Informationstafel	1.100 Euro
Tafel mit einfachem Trägerpfahl**	Pfahlkonstruktion (Stahl); Befestigung der Tafel mittels angeschweißtem Stahlsteg und Schraubverbindung	700 Euro
Tafel mit traditionellem Holzträger***	Standard Holzkonstruktion mit und ohne Überdachung; Infoplatte in Holzrahmen	1.000 Euro
Tafel mit Stahlträger***	Infotafel in Stahlrahmen, eingespannt in Pfahlpaar	1.500 Euro

\* Gründung in Betonfundamenten oder Aufschraubung durch Bodenplatte

\*\* Informationsfläche: Kunststoffplatte mit Folienbeschichtung

\*\*\* Informationsfläche: beschichtete Kunststoffplatte

- Vorteil Kunststoffplatte mit Folienbeschichtung: Folie kann bei Vandalismusschäden unkompliziert und preiswert ausgetauscht werden (Austausch der beschichteten Kunststoffplatte kostenintensiver)

**Potenzielle Besucherzahl:**

- Bsp. Nationalpark Hainich: 270 Veranstaltungen / Jahr (Schülerführungen, Fachexkursionen, Mitmach-Programme): 6.900 Teilnehmer
- Bsp. Nationalpark Müritz: ca. 2.300 Führungen & Exkursionen / Jahr: 35.000 – 42.000 Teilnehmer

**Preise:**

- Annahmen Führungen: Durchschnittspreis / Veranstaltung: 7,50 Euro  
Durchschnittliche Anzahl Teilnehmer / Führung: 15 Teilnehmer / Führung
- Bsp. Kranichticket Müritz Nationalpark: 7,50 Euro / Person (3 h-Tour, 2x 1,5 km, inkl. Bustransfer)
- Bsp. Erlebniswald Solling: 50,- Euro / Gruppe (10 Personen), 5 Euro jede weitere Person (2 h-Tour)

**Geschätzte Einnahmen:**

Voraussichtlich können keine direkten Einnahmen (beispielsweise über Eintritte) erzielt werden. Aussichtstürme, Naturlehrpfade u. ä. gehören in der Regel zu Besucherlenkungs- und Umweltbildungseinrichtungen von Großschutzgebieten, die den Gästen kostenlos zur Verfügung stehen. Ziel ist es, die Besucher in bestimmte Areale des Schutzgebietes zu lenken, um sie aus anderen sensibleren Bereichen heraus zu halten.

Einnahmen können jedoch indirekt durch geführte Touren erzielt werden (siehe oben)

**Erzielbare Einnahmen in Abhängigkeit der Gästeführungen / Besucherzahlen:**

Zahl der Führungen & Exkursionen	Zahl der Teilnehmer gesamt	Gesamteinnahmen in EUR (bei Ø 7,50 EUR p. P. je Führung)
100	1.500	11.250
300	4.500	33.750
500	7.500	56.250
1.000	15.000	112.500

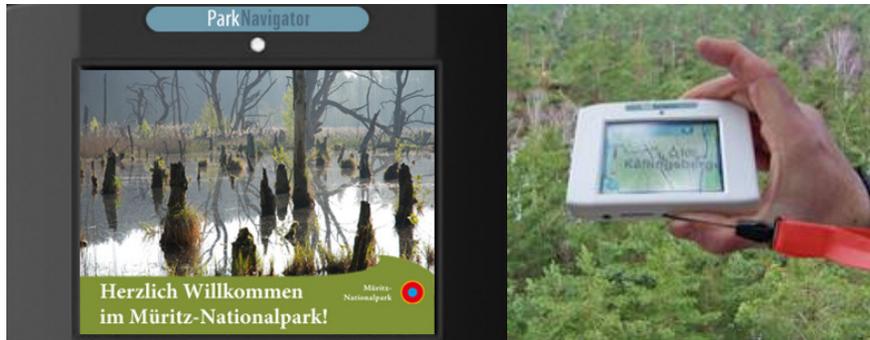
**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller Standorte entlang existierender Wege/ Routenführung
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)
- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept /Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, gestalterischer und statischer Vorentwurf)
- Machbarkeitsstudie (Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Investorenakquise (Erstellung eines Standortprofils & Vorhabensbeschreibung & Investorenansprache)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs
- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

## 4.2.2 Projekt: Audioguide und Apps

Projekt	Audioguide und Apps
	<p><b>Kurzbeschreibung der Investition:</b></p> <p><b>Funktionen - Basics: Darstellung von Informationen zu Flora und Fauna sowie Ausflugszielen &amp; Ausflugstipps:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erlebniseinrichtungen</li> <li>▪ Aussichtstürme und Vogelbeobachtungsmöglichkeiten</li> <li>▪ Infostationen / Naturlehrpfade / Naturhighlights (z. B. Eiszeitlandschaft, Landschaftsblicke u. a. „Naturstationen“)</li> <li>▪ Museen</li> <li>▪ Informationen zum Schutzgebiet und Verhaltensregeln</li> <li>▪ Kalender über geführte Rangertouren (was, wann &amp; wo, Tel.-Nr. + Buchungsmöglichkeit) <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Touristinformationen in Friedland, Woldegk, Strasburg, Torgelow / ev. zukünftiges Besucherzentrum des Jordsand e.V. = Stationen zum Verleih der Audioguides bzw. Download der Apps</li> <li>→ jedes Leihgerät muss am Ausleihstandort zurückgebracht werden</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Funktionen - Zusatzinfos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rastplätze &amp; Schutzhütten</li> <li>▪ Spielplätze</li> <li>▪ Öffnungszeiten der Ausflugsziele &amp; ggf. des Besucherzentrums</li> <li>▪ Eintrittspreise von Museen u.a.</li> <li>▪ Touristinformation</li> <li>▪ Unterkünfte</li> <li>▪ Campingplätze</li> <li>▪ Gastronomie</li> <li>▪ Anreise &amp; Transport vor Ort (Bahn, Bus, Fahrradmitnahme, Parkmöglichkeiten)</li> <li>▪ Fahrradverleih</li> </ul> <p>Bsp. Füssen Smartphone App:</p>  <p>(Quelle: www.ostallgaeu.bayern-online.de)</p>

Bsp. GPS Guide Müritz-Nationalpark:



(Quelle: [www.muertiz-nationalpark.de](http://www.muertiz-nationalpark.de))

Bsp. Audio Guide:



(Quelle: [www.audioguide.de](http://www.audioguide.de))

**Zielgruppen:**

- Natururlauber, Wanderer, Radfahrer

**Potenzieller Standort bzw. Eignung für die Region:**

- sehr gute Eignung eines virtuellen Naturführers und / oder Wanderführers und / oder Radwanderführers für Schutzgebiete (u. a. Sicherstellen von Infos über jahreszeitlich bedingt begrenzter Erscheinungen)
- Vorteile:
  - Tracking der Bewegungsprofile der Nutzer (Gesamtdarstellung der besuchten Orte und Routen aller Nutzer) → hilfreich zum Besuchermonitoring und Anpassung des Besuchermanagements im Schutzgebiet
  - weitere Statistiken zu Marktforschungszwecken: Herkunft der Nutzer
  - evtl. Integration eines Fragebogens zu Marktforschungszwecken:
    - Fragen zum Zielgruppenprofil & Urlaubsart
    - Fragen zur Unterkunftsform & Urlaubslänge
    - Fragen zu Aktivitäten im Urlaub
    - Fragen zur Zufriedenheit
    - Tool zur statistischen Auswertung aller Angaben
- Digitalisierung aller Wegenetze und GIS-Verortung einzelner POIs sehr aufwendig und kostenintensiv
- interessant für größeres EU-Projekt / evtl. Leader-Förderung als Option, Alternative: Beginn mit nur einer Wanderroute, Themenroute oder eines Naturlehrpfades als Pilotprojekt
- Ergänzung einfacher Darstellung von Radwegenetzen durch Digitalisierung von Themenrouten & Einbindung thematischer Sehenswürdigkeiten (über das Schutzgebiet hinaus), z. B. Eiszeitroute Mecklenburgische Seenplatte, Kirchentour, Auf den Spuren der Mecklenburgischen Schmalspurbahn

**Investitionskosten:**

**beispielhafte Kostenaufstellung für die Implementierung eines GPS Guides in einem Schutzgebiet inkl. Vermarktung:**

Leistung	Preise (brutto)
Kartenerstellung	1.200 Euro
Konzepterstellung für blinde Nutzer	1.500 Euro
Dateneinbindung für blinde Nutzer	500 Euro
CMS, Tracking	6.200 Euro
GPS-Geräte, Lizenzen (10 Stk.)	5.600 Euro
Menüdarstellung, Umsetzung/ Einbindung der Sprachvarianten (Engl.)	3.500 Euro
Datenverfügbarkeit online	900 Euro
Mitarbeiter-Training GPS-Guide	300 Euro
Internet views, Integration von Audiodaten	3.300 Euro
Aktualisierung der Daten	2.200 Euro
Konzept und Design eines Flyer	1.000 Euro
	<b>26.200 Euro</b>

(Quelle: Datamaris GmbH)

**Modelle der Re-Finanzierung von Apps:**

Modell	Anmerkungen
Finanzierung der Entwicklung durch TV der Dienstleistung: Tourismusverband / Touristinformation	für die Anbieter relativ teuer, erfordert in der Regel extra Fördermittel → langfristige Planung
Finanzierung über Mietmodell bei spezialisierten Anbietern: TV zahlen monatliche Nutzungsgebühr	passt am ehesten in den Marketingetat der Verbände Preis abhängig vom Aufwand der Datenpflege: <i>Variante 1:</i> DL-Anbieter übernehmen Datenpflege selbst und nutzen nur die technische Infrastruktur <i>Variante 2:</i> Datenpflege wird mit übernommen (Jahresverträge)
Finanzierung über Leistungsträger, die in der App Einträge einpflegen können sowie Werbeflächennutzung	sehr aufwendige Akquise, Anbieter zahlen bereits für Internet-einträge & Katalogeinträge an versch. Tourismusverbände geht zu Lasten der Vollständigkeit der Information, evtl. weniger interessant für den Nutzer evtl. als Zusatzwerbemöglichkeit des Tourismusverbandes als Paket anbieten (z.B. Werbepaket aus Katalogeintrag + Online-Auftritt + App-Darstellung)
Re-Finanzierung über Verkauf von Apps	Wie teuer kann eine App max. verkauft werden, dass sie auch Nutzer findet? Wo erfährt der Nutzer von der App? Kooperation mit Tourismusverbänden zur Platzierung auf deren Websites (kostenfrei?)

→ evtl. Mischkalkulation: z. B. Mietmodell für TV & Verkauf der App durch den TV als Werbepaket

**Preise (Verleih):**

zwischen 5-10 € pro Tag (24 h, nach Voranmeldung und Vorlage des Personalausweises, inkl. Akkus und einem Satz Ersatzakku sowie einer kurzen Einführung)

Im Müritz-Nationalpark ist der Verleih der Geräte aufgrund der EU-Förderung kostenlos. Nachfragen ergaben, dass dieses Angebot auch in Zukunft weiterhin kostenlos bleiben soll. Der Kosten-Nutzen Aufwand der Einführung einer Leihgebühr würde sich nicht lohnen. Maßgeblich sind hier die Hürden im Abrechnungsverfahren.

**Geschätzte Einnahmen:**

- Annahme Leihgebühr: 7,00 Euro / Tag

Annahme Nutzer / Jahr	100	200	300	500
erzielbare Einnahmen in EUR	700,00	1.400,00	2.100,00	3.500,00

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Konzepterstellung:
  - Audioguides vs. Mobile Apps (oder beide)
  - Festlegung von Themen, Routen & Sehenswürdigkeiten
  - Klärung der Onlineverfügbarkeit der Daten sowie möglicher Sprachvarianten
  - Kostenermittlung durch Kontaktaufnahme mit spezialisierten Firmen
- Analyse potentieller Verleihstationen
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Umsetzung inkl. GPS-Digitalisierung der Wegenetze und Points of Interest

**Spezialisierte Anbieter:**

**GPS-gestütztes Besucherinformations- und -Lenkungssystem:**

DATAMARIS GmbH  
Hansestraße 21  
18182 Rostock-Bentwisch  
  
Tel.: 0381 / 6302 860  
Fax: 0381 / 6302 869  
E-Mail: info@datamaris.de

**Audioguidetouren**

soundgarden audioguidance® GmbH  
Lyonel-Feininger-Str. 28  
Seiteneingang Nord  
80807 München  
Deutschland  
Tel.: +49 89 317708-52  
Fax: +49 89 317708-53  
E-Mail: info@audioguide.de  
Internet: www.audioguide.de

**Mobile Apps:**

MANDARIN MEDIEN - Schwerin  
Graf-Schack-Allee 9  
19053 Schwerin  
  
Tel.: 03 85 - 32 650 20  
Fax: 0385 - 32 650 211  
E-Mail: info@mandarin-medien.de

Marco Both | Webentwicklung  
Gerhart-Hauptmann-Straße 19  
18055 Rostock,  
  
Tel.: (03 81) 2 10 32 76  
E-Mail: kontor@marcoboth.de  
Mobil: (01 73) 8 75 37 90  
Web: www.marcoboth.de

#### 4.2.3 Projekt: Errichtung eines Hochseilgartens & Teamparks (Teamtower, Flying Fox mit Niedrigseilgarten)

Projekt	Errichtung eines Hochseilgartens & Teamparks (Teamtower, Flying Fox mit Niedrigseilgarten)
<b>Kurzbeschreibung der Investition:</b>	
<b>Hochseilgarten:</b>	mit Hilfe künstlich errichteter Pfähle auf Freiflächen installiert, wo einzelne Parcours mit einer Vielzahl künstlicher Hindernisse aus Netzen, Seilen und Holzelementen in unterschiedlichen Höhen mit den Bewegungsformen Steigen, Hangeln, Balancieren, Halten, Rutschen, Gleiten, Springen überwunden werden
<b>Teamtower:</b>	ca. 20 Meter hoher Kletterturm mit verschiedenen Höhen- und Schwierigkeitsgraden sowie Schaukeln, Netzen, Auslegern, Leitern, Klettergriffen und Schwebebalken
<b>Flying Fox:</b>	Anlage aus Seilbahnen/-rutschen (15 – 100m lang), als Ein-Seil-Brücke Überquerung von Schluchten und Flüssen mit Hilfe eines Karabinerhakens, keine besonderen Voraussetzungen an Fitness und selbstständige Bedienung mit hoher Teilnehmerfrequenz und geringem Personalbedarf
<b>Niedrigseilgarten:</b>	ca. 1 m über dem Erdboden angebrachte Seile zur Förderung psychomotorischer Entwicklung und sozialer Kompetenzen, aufgrund geringer Höhe Verzicht auf besondere Sicherungssysteme
Bsp. Team Tower:	
	

Bsp. Hochseilgarten:



Bsp. Flying Fox:



Bsp. (barrierefreier) Niedrigseilgarten:



**Zielgruppen:**

- Wanderer, Radfahrer, Outdoorurlauber / Aktive
- Gruppen: Firmengruppen / Arbeitsteams, Jugendgruppen, Schulklassen, Sportmannschaften, Auszubildende
- Familien

<b>Potenzieller Standort:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gehren Landschulheim → da dort Gruppenunterkunft und spezifisches Angebot für Zielgruppe der Schulklassen &amp; Jugendgruppen</li> <li>▪ Schwichtenberg: Verbindung mit der Eisenbahn / Findlingsgarten / Freilichtmuseum → zusätzliches Erlebnis</li> <li>▪ evtl. kombiniert mit Baumhausdorf und / oder Hängebrücke (Brohmer Berge / Demenzsee)</li> </ul>		
<b>Anforderungen:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ca. 1 ha Waldfläche mit gelockertem Baumbestand</li> <li>▪ große Freifläche ebenfalls möglich</li> </ul>		
<b>Eignung für die Region:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ hervorragende Bedingungen für Freiluftaktivitäten Zusätzliche Attraktion für Tagesgäste aus der Umgebung</li> <li>▪ Generierung von Einnahmen</li> <li>▪ Schaffung von Arbeitsplätzen</li> </ul>		
<b>Investitionskosten:</b>		
<b>Investitionskosten Teamtower:</b>		ca. 120.000 Euro
<b>Investitionskosten Hochseilgarten:</b>	5 Parcours	ca. 300.000 Euro
	7 Parcours	ca. 500.000 Euro
<b>Investitionskosten Niedrigseilgarten:</b>		ca. 8.000 Euro
<b>Potenzielle Besucherzahl:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annahme: 20.000 – 25.000 Besucher / Jahr (ohne Gruppenprogramme &amp; Flying Fox)</li> </ul>		
<b>Preise:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teamtower:</li> </ul>	Kinder	25,00 Euro
	Jugendliche	25,00 Euro
	Erwachsene	45,00 Euro
	Schulklassen	22,00 Euro
	Firmen/ Incentives	69,00 Euro (mind. 10 Teilnehmer)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klettern im Hochseilgarten:</li> </ul>	Kinder	10,00 - 16,00 Euro
	Jugendliche	14,00 - 19,00 Euro
	Erwachsene	16,00 - 24,00 Euro
	Familie	46,00 - 68,00 Euro
(Saison: April / Mai - September / Oktober ; Gruppen auch außerhalb der Saison je nach Witterungslage)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Flying Fox:</li> </ul>	Kinder	8,00 Euro
	Jugendliche	10,00 Euro
	Erwachsene	12,00 Euro
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niedrigseilgarten / Teampark:</li> </ul>	Schulklassen	15,00 – 35,00 Euro / Person (mind. 20 TN)
	Firmen / Incentives	40,00 - 50,00 / Person (mind. 20 Teilnehmer)
	Trainergebühr	120,00 Euro / Gruppe

**Geschätzte Einnahmen:**

bei durchschnittlichem Eintrittspreis: 17,00 Euro → Einnahmen aus Eintritt (bei 25.000 Besucher / Jahr):  
425.000 Euro (ohne Gruppenprogramme & Flying Fox)

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller Standorte mit Baumbestand
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)
- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept /Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, Baumgutachten, gestalterischer und statischer Vorentwurf, Ermittlung der Medienanschlüsse)
- Machbarkeitsstudie (Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Investorenakquise (Erstellung eines Standortprofils & Vorhabensbeschreibung & Investorenansprache), u. a. Ansprache jetziger Betreiber des Landschulheims, auch als Betreiber zu fungieren
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs
- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

#### 4.2.4 Projekt: Baumhaushotel / Baumhausdorf

Projekt Baumhaushotel / Baumhausdorf

##### Kurzbeschreibung der Investition:

Das Projekt Baumhaus ist ein Erfolg versprechendes Nischenprodukt, welches erlebnisorientiert eine individuelle Unterkunftsform mitten in die Natur eingebettet darstellt. Diese variiert stark in Form (Kubus, Quadrat, Tonne etc.), Größe (ca. 15 – 30 m<sup>2</sup>) und Ausstattung und ist eingebettet in die Baumkronen in einer Höhe von 5-10 m.

Bsp. einfacher Standard (Bsp. Baumhaushotel Solling):

- bis zu 6 Betten sowie Wandschränke und Nachttische
- Sitzecke mit drei Stühlen und einem kleinen Esstisch
- Zugang über eine Leiter



(Quelle: Friluftsanordningar, ein Guide für Planung und Verwaltung, Naturvårdsverket, SE)

Beispiel: gehobener Standard (ganzjährige Nutzung und zusätzlicher Service):

- Mini-Bar mit Weinkühler, Safe, Flachbildfernseher
- Telefon zum Empfang/Restaurant, Internetzugang über WLAN
- Wassertoilette und Waschbecken, Whirlpool mit 18 Düsen
- Heizung (im Winter)
- Zugang über eine Hängeseilbrücke
- Zimmerservice (wie Frühstück ans Bett)
- Baumhaussauna



<p><b>Zielgruppen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturinteressierte Outdoorurlauber, Fahrradfahrer, Wanderer, Ornithologen und Tierbeobachter</li> <li>▪ Familien</li> <li>▪ Großeltern mit ihren Enkeln (Best Ager)</li> <li>▪ Firmengruppen (Verbindung Projekt- bzw. Arbeitsbesprechungen und Betriebsausflug)</li> </ul>						
<p><b>Eignung für die Region:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sehr gute Rendite auf eingesetztes Kapital (zweistellig)</li> <li>▪ Vermietzeitraum weit über dem durchschnittlichen (&gt;140 Tage ist die Regel), auch außerhalb der Saison</li> <li>▪ neues Gästepotenzial durch diese Form der Übernachtung &gt; merkliche Abhebung von Mitbewerbern im Freizeitmarkt</li> <li>▪ evtl. mit E-Bike-Verleih &amp; Gastronomie Angebotslücken schließen</li> <li>▪ hohes Wachstumspotenzial mit erheblichen Wettbewerbsvorteilen</li> <li>▪ zusätzlicher Gestaltungsspielraum für: Events, Geschenk, Hochzeit, Kurztrip, Fahrradtourismus, Meditation, Therapien uvm.</li> <li>▪ kaum finanzielles Risiko für den Auftraggeber-Investor-Betreiber</li> </ul>						
<p><b>Anforderungen &amp; potenzieller Standort:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1-3 ha große Fläche</li> <li>▪ Bebaubarkeit nach § 30 bzw. § 34 evtl. auch § 35 BauGB</li> <li>▪ ausgedehnter und gesunder Baumbestand → Brohmer Berge (insbesondere Bereich der Bergkaveln: Erschließung über alte, vorhandenen Zuwegungen möglich (alte Forststraße), Gastronomie in Galenbeck im Nahbereich (geeignete Standortkombination), ggf. Kombination mit Aussichts-/ Panoramatum) → Klepelshagen (Nachnutzung/ Ausbau des Bestandes, z. B. Medienanbindungen zu Kanzel im Tal der Hirsche vorhanden)</li> <li>▪ evtl. Seezugang → Lübkowsee / Demenzsee/ Brohmer Stausee / Galenbecker See (nur bedingt)</li> </ul>						
<p><b>Investitionskosten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten sind stark variabel aufgrund der jeweils individuellen Bauweise und Anpassung an örtliche Gegebenheiten</li> <li>▪ Preisrelevante Faktoren: Ausstattung, Form, Montagemöglichkeiten vor Ort</li> <li>▪ Preisspanne von 18.000 – 150.000 Euro pro Haus (inkl. Planung, Material, Montage, Innenausbau)</li> <li>▪ Standardvariante: 8 Häuser á 60.000 Euro = 480.000 Euro Gesamtkosten</li> <li>▪ Komfortvariante: 8 Häuser á 100.000 Euro = 800.000 Euro Gesamtkosten</li> </ul>						
<p><b>Wartungskosten/ Instandhaltung:</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">ca. 8% der Bausumme:</td> <td style="width: 40%;">8 Häuser Standardvariante</td> <td style="width: 30%; text-align: right;">38.400 Euro / Jahr</td> </tr> <tr> <td></td> <td>8 Häuser Komfortvariante</td> <td style="text-align: right;">64.000 Euro / Jahr</td> </tr> </table>	ca. 8% der Bausumme:	8 Häuser Standardvariante	38.400 Euro / Jahr		8 Häuser Komfortvariante	64.000 Euro / Jahr
ca. 8% der Bausumme:	8 Häuser Standardvariante	38.400 Euro / Jahr				
	8 Häuser Komfortvariante	64.000 Euro / Jahr				
<p><b>Geschätzte Besucherzahl / Bettenzahl / Übernachtungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annahme: 8 Häuser, 4-6 Betten (4x4 Betten &amp; 4x6 Betten) → Bettenkapazität / Jahr: 14.600</li> <li>▪ angenommene Auslastung: 140 Tage / Jahr (ca. 100 Tage i. d. Saison &amp; 40 Tage i. d. Nebensaison) = 38,36%</li> <li>▪ Übernachtungen / Jahr: 5.600</li> </ul>						

**Preise (Übernachtungspreise):**

Baumhaushotel	Anzahl der Baumhäuser	Bettenzahl	Preise
Hidden Treehouse Resort Bad Zwischenahn www.baumgefluester.de	4 Häuser	4 Betten / Haus = 16 Betten	90 Euro / Person & Nacht bei 2 Personen 55 Euro / Person jede weitere Person
Jugendzeltplatz Almke Wolfsburg www.almke.info	1 Haus	8-10 Schlafko- jen	70 Euro / Nacht
Baumhaushotel Solling Uslar OT Schönhagen www.baumhaushotel-solling.de	7 Häuser	2x4 Betten, 1x6 Betten, 2x2 Betten = 18 Betten	140-170 Euro / Nacht + 16 Euro / Person (8 Euro / Kind) 125-155 Euro / Nacht + 16 Euro / Person 135-165 Euro / Nacht + 16 Euro / Person
Baumhaushotel im Wolfcenter Dörverden-Barne www.wolfcenter.de/Baumhaushotel.html bzw. Baumhaushotel direkt unter: www.tree-inn.de	1 Haus im Wolfsgehege	4 Betten	350 Euro pro Nacht im Baum- haus inkl. Parkeinritt und Frühstück (März - Okt) 250 Euro pro Nacht im Baum- haus inkl. Parkeinritt und Frühstück (Nov - März)
Kulturinsel mit Baumhotel Einsiedel Neißeau OT Zentendorf www.kulturinsel.com/baumhaushotel	8 Häuser	4 - 6 Betten	230 Euro pro Nacht (2 Er., 2 Kinder) 350 Euro pro Nacht mit Verwöhnmenü & Programm
design-Baumhausdorf Grüne Wiek Beckerwitz (JH) www.gruenewiek.de	6 Häuser	6 Betten = 36 Betten	99 Euro Nebensaison / Haus 139 Euro Hauptsaison / Haus

**Geschätzte Einnahmen:**

- i. d. Saison (Durchschnittspreis = 218 Euro / Nacht): 872.000 Euro
- i. d. Nebensaison (Durchschnittspreis = 188 Euro / Nacht): 300.800 Euro
- gesamt: 1.172.800 Euro

**Kurzbeispiel einer Berechnung der Amortisation - Baumhauspreis bei etwa 30.000 Euro:**

- Darlehenszins 8 %
- Laufzeit von 7 Jahren
- monatliche Rückzahlung 480,00 Euro inkl. Tilgung
- nach 7 Jahren ist das Baumhaus abbezahlt
- angenommene Auslastung: 100 Tage / Jahr
- Überschuss jährlich 7.300,00 Euro
- danach volle Mieteinnahme<sup>132</sup>

<sup>132</sup> Haltbarkeit / Lebensdauer eines einfachen Baumhauses: etwa 20-25 Jahre (regelmäßige gute Wartung vorausgesetzt)

### Motivation / Argumentation für potenzielle Investoren und Betreiber<sup>133</sup>:

- sehr gute Rendite auf eingesetztes Kapital (zweistellig)
- Vermietzeitraum weit über dem durchschnittlichen (>140 Tage ist die Regel), auch außerhalb der Saison
- neues Gästepotenzial durch diese Übernachtungsmöglichkeit, merkliche Abhebung von Mitbewerbern im Freizeitmarkt
- hohes Wachstumspotenzial mit erheblichen Wettbewerbsvorteilen
- zusätzlicher Gestaltungsspielraum für: Events, Geschenk, Hochzeit, Kurztrip, Fahrradtourismus, Meditation, Therapien u. v. m.
- kaum finanzielles Risiko für den Auftraggeber-Investor-Betreiber

### Potenzieller Investor & Betreiber:

Baumhausdorf: [http://www.baumhausdorf.de/de/baumhausdorf/in\\_eigener\\_sache](http://www.baumhausdorf.de/de/baumhausdorf/in_eigener_sache)

- planen die Umsetzung eines eigenen Baumhausdorfes in Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein oder an der Küste von Niedersachsen
- sind auf der Suche nach einem geeigneten Gelände
- der Standort sollte 1,0 bis 3,0 ha groß sein und eine sehr gute Anbindung an das Nah- und Fernverkehrsnetz bieten
- weitere Kriterien:
  - positive Zukunftsprognose des Standortes im Bereich Tourismus
  - gute Anbindung an Fernradwegenetz
  - Ostsee- bzw. Seezugang
  - Bestandsbauten können in das Konzept einbezogen werden
  - gute Nahversorgungssituation
  - Bebaubarkeit nach § 30 bzw. § 34 evtl. auch § 35 BauGB
- Idealerweise verfügt der potenzielle Standort über einen ausgedehnten und gesunden Baumbestand oder über mind. zehn solitär gewachsene Bäume
- konkrete Anfragen sind an das Unternehmen zu richten, sofern konkrete Standorte und Vorstellungen bekannt sind (Lagebeschreibung, Klärung der benötigten Voraussetzungen, architektonische Vorstellungen, Ausstattungswünsche etc.)

#### Kontakt:

Baumhausdorf, Herr Roland Hollstein (Geschäftsführer)

Telefon: 03841/ 472 86 07

Mobil: 0152/ 54062829

E-Mail [info@baumhausdorf.de](mailto:info@baumhausdorf.de)

### Maßnahmen / nächste Schritte:

- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller Standorte mit Baumbestand und evtl. Seenähe
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)
- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept /Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, gestalterischer und statischer Vorentwurf, Ermittlung der Medienanschlüsse)
- Machbarkeitsstudie (Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Investorenakquise (Erstellung eines Standortprofils & Vorhabensbeschreibung & Investorenansprache)
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs

<sup>133</sup> Green-Camping-Home ([www.green-camping-home.de](http://www.green-camping-home.de))

- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

**Planer / Spezialisten für Baumhäuser in Mecklenburger-Vorpommern:**

Architektur- und Planungsbüro Studio Nordost:

studio nord|ost  
Alter Holzhafen 3  
23966 Wismar

Referenz: Baumhausdorf Beckerwitz

Tel.: +49 3841 303 921  
Fax: +49 3841 32 89 35  
Mobil: +49 170 80 90 488  
E-Mail: kontakt@studio-nordost.de  
Web: www.studio-nordost.de

**Planer / Spezialisten für Baumhäuser in Europa:**

(Quelle: <http://tiny-houses.de/baumhaus/baumhaus-anbieter>)



**Luftschlösser, DE**

[www.luftschloesser.eu](http://www.luftschloesser.eu)  
"Luftschlösser" ist ein kleines, kreatives Team aus Tischler, Kletterer und Architekt. Die Teammitglieder vereint ein weiter Horizont und dass sie "lieber in Bäumen als in Messehallen rumsteigen".



**Baumraum, DE**

[www.baumraum.de](http://www.baumraum.de)  
Das Baumraum-Team entwirft und realisiert Baumhäuser für Kinder und Erwachsene. Von Spielorten bis zu durchgängig bewohnbaren Domizilen, von klassisch bis ultramodern.



**Claras Baumhaus, DE**

[www.claras-baumhaus.de](http://www.claras-baumhaus.de)  
Bei "Claras Baumhaus" handelt es sich um ein frei schwebendes Baumhaus, das von den Frankfurter Architekten schneider + schumacher entworfen wurde und als Bausatz erhältlich ist.



**Baumhausdorf, DE**

[www.baumhausdorf.de](http://www.baumhausdorf.de)  
Das Team von Baumhausdorf wird von einem Wirtschaftsingenieur und zwei Architekten gebildet. Gemeinsam konzipieren sie Baumhäuser und wabenförmige Unterkünfte.



**Baumbaron, DE**

[www.baumbaron.de](http://www.baumbaron.de)  
Johannes Schelle, Zimmermeister und Bautechniker, und sein Team bauen Baumhäuser auf Wohnniveau und mit kreativem Design.



**Baumleben, DE**

[www.baumraum.org](http://www.baumraum.org)  
Uwe Wöckener und sein Team entwerfen und bauen ebenfalls Baumhäuser zum Spielen und als Zufluchtsorte für Erwachsene.



**Jürgen Schuler, DE**

[www.naturgaerten.de](http://www.naturgaerten.de)  
Jürgen Schuler, Landschaftsgärtner und Baumpfleger mit Kletterseiltechnik, und sein Team haben sich auf ökologischen Gartenbau und Baumhäuser spezialisiert, und bieten Baumkletterkurse an.



**La Cabane Perchée, FR**

[www.baumhaus-paradies.com](http://www.baumhaus-paradies.com)  
Die Nummer 1 der Baumhaus-Spezialisten in Frankreich. Typisch für ihre Projekte: Klemmkonstruktionen ohne Verletzung des Baumstamms und Wendeltreppen.



**Treehouse Company, UK**

[www.treehousecompany.com](http://www.treehousecompany.com)



**Tree-Inn im Wolfscenter Dörverden**

[www.tree-inn.de](http://www.tree-inn.de)



**Dans mon arbre, FR**

[www.dansmonarbre.com](http://www.dansmonarbre.com)



**La Cabane en l'Air, FR**

[www.lacabaneenlair.com](http://www.lacabaneenlair.com)

#### 4.2.5 Projekt: Fischerhof

Projekt	Fischerhof
<p><b>Kurzbeschreibung der Investition:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ferienwohnungen mit direktem Zugang zum Wasser bzw. Steg zum Angelsee inklusive Ruderboot, Fischausnahmeplatz, Grill- und Räuchermöglichkeit, Tiefkühltruhe, Trockenmöglichkeit für Angelsachen etc.</li> <li>▪ rustikale Erlebnisgastronomie</li> <li>▪ Genuss fangfrischen Fisches</li> <li>▪ Angelausflüge</li> <li>▪ Zusatz: Wissenserweiterung durch Lehrpfade bzw. Führungen im Bruthaus des Fischerhofes</li> </ul>	
	
<p><b>Zielgruppen:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angler</li> <li>▪ Outdoorurlauber</li> <li>▪ Best Ager</li> <li>▪ INCENTIVE Angebot für Firmen (evtl. in Kombination mit Teambuilding-Angeboten des Teamparks)</li> <li>▪ Tagesgäste: Wanderer &amp; Radwanderer (Gastronomie)</li> </ul>	
<p><b>Anforderungen:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angelgewässer mit Angelberechtigung &amp; Befahrbarkeit mit Booten</li> <li>▪ Möglichkeit des Baus von Ferienwohnungen</li> <li>▪ Grundstücke mit Zugang zum Wasser</li> </ul>	

<b>Potenzielle Standorte:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lübkowsee:             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ klassisches Erholungsgebiet mit Bungalowvermietung</li> <li>▪ Naturlehrpfad vorhanden</li> <li>▪ Badesee (gute Wasserqualität)</li> <li>▪ Angeln möglich (Angelkarte)</li> <li>▪ Ruderboot-/Tretbootverleih</li> </ul> </li> <li>▪ Demenzsee             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Badesee</li> <li>▪ Angeln möglich (Angelkarte)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schmiedegrundsee             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Badesee</li> <li>▪ Angeln möglich (Angelkarte)</li> <li>▪ Ruderboot-/Tretbootverleih</li> </ul> </li> <li>▪ Schönhauser See             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Badesee</li> <li>▪ Angeln möglich (Angelkarte)</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Eignung für die Region:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ geeignet, da Seen/ Angelgewässer (Lübkowsee, Demenzsee, Schmiedegrundsee, Schönhauser See)</li> <li>▪ zusätzliche Zielgruppe im Nischensegment der Angler kann erschlossen werden</li> <li>▪ Konzept der Fischerhöfe stammt aus der Region (Müritzfischer) und ist an Standorten in der Mecklenburgischen Seenplatte etabliert → Müritzfischer evtl. potenzieller Betreiber / Investor oder Franchisegeber</li> </ul>			
<b>Investitionskosten:</b>			
<b>Investitionskosten Ferienhaus</b>	je Ferienhaus a 4 Personen	80.000 Euro	
<b>a. d. Fischerhof:</b>	5 Ferienhäuser	400.000 Euro	
		plus Erschließungskosten	
		plus Planungskosten	
		→ Alternative: Vorhandene Bungalows nutzen als Franchise-Nehmer	
<b>Investitionskosten Gastronomie:</b>	abhängig vom Konzept		
<b>Preise (Übernachtung / Bootsverleih):</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 70 Euro pro Ferienwohnung und Übernachtung ab 3 Nächte</li> <li>▪ 80 Euro pro Ferienwohnung und Übernachtung unter 3 Nächten</li> <li>▪ Angelboot mit Benzinmotor (55 Euro / Tag bzw. 275 € / Woche)</li> <li>▪ Angelboot mit Elektromotor (80 Euro / Tag bzw. 400 € / Woche)</li> </ul>			
<b>Geschätzte Einnahmen:</b>			
	<b>Bsp. 1</b>	<b>Bsp. 2</b>	<b>Bsp. 3</b>
Betten	20	20	20
Bettenkapazität / Jahr	7.300	7.300	7.300
<b>Jahresauslastung</b>	<b>30,00%</b>	<b>40,00%</b>	<b>50,00%</b>
Übernachtungen	2.190	2.920	3.650
Durchschnittspreis / Nacht	75,00 Euro	75,00 Euro	75,00 Euro
<b>Einnahmen aus Unterkunftsvermietung</b>	<b>164.250,00 Euro</b>	<b>219.000,00 Euro</b>	<b>273.750,00 Euro</b>
Bootsverleih	548	730	913
Durchschnittspreis / Tag	67,50 Euro	67,50 Euro	67,50 Euro
<b>Einnahmen aus Bootsvermietung</b>	<b>36.956,25 Euro</b>	<b>49.275,00 Euro</b>	<b>61.593,75 Euro</b>
<b>Gesamt</b>	<b>201.206,25 Euro</b>	<b>268.275,00 Euro</b>	<b>335.343,75 Euro</b>

**Potenzieller Investor & Betreiber oder Franchisegeber:**

Die Müritzfischer  
Fischerei Müritz-Plau GmbH  
Eldenholz 42  
17192 Waren (Müritz)  
Tel.: 03991 15340 / E-Mail: info@mueritzfischer.de / Web: www.mueritzfischer.de

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller Standorte mit Seenähe
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)
- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept / Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, gestalterischer und statischer Vorentwurf, Ermittlung der Medienanschlüsse)
- Machbarkeitsstudie (Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Investorenakquise (Erstellung eines Standortprofils & Vorhabensbeschreibung & Investorenansprache) → Ansprache der Müritzfischer zwecks Kooperation
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs
- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

#### 4.2.6 Projekt: Hängebrücke

Projekt	Hängebrücke
<p><b>Kurzbeschreibung der Investition:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hängeseilbrücke aus Stahl und Trossenseilen, über dem Wasserspiegel schwebend</li> <li>▪ Überquerung der Brücke: 2 € pro Person (Drehkreuz, bei Gruppen mit Voranmeldung kann das Drehkreuz geöffnet und die Gruppe auch gesamt abgerechnet werden)</li> </ul>	
<p>Bsp. Hängeseilbrücke im Flößer- und Naturerlebnisdorf an der Enns, 114 m lang und zwischen 6 m und 12 m über dem Wasserspiegel schwebend:</p>	
	
<p><b>Zielgruppen:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outdoorurlauber</li> <li>▪ Natur interessierte Tagesgäste</li> <li>▪ Aktivtouristen: Wanderer (als Bestandteil eines Wanderweges)</li> <li>▪ Familien</li> </ul>	
<p><b>Potenzieller Standort:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Demenzsee Vorteil: aufgrund der Ausprägung als langgezogener Rinnssee reduzierte Investitionskosten aufgrund der im Vergleich zum Brohmer Stausee geringen Breite/ Überspannungslänge); gastronomische Einrichtung als Eingangs-/Eintrittsbereich für Hängebrücke nutzbar (Personalreduzierung, Überwachung, Verantwortlichkeiten)</li> <li>▪ Brohmer Stausee (Alternativstandort) → Ermöglichung der Überquerung, da kein Rundweg vorhanden und See so erlebbar wird Hinweis: keine Infrastruktur zum Betreiben/ Unterhalten vorhanden; Kombination mit weiteren Angeboten (z. B. Hochseilgarten) notwendig; problematisch ist die den See überspannende Hochspannungsleitung</li> <li>▪ Brohmer Berge (Waldernis) Hinweis: keine Infrastruktur zum Betreiben/ Unterhalten vorhanden; An-/ Einbindung in potenziellen Hochseilgarten, Baumhaushotel notwendig</li> </ul>	

**Eignung für die Region:**

- Attraktion, um einen Blick über den See und in die Ferne zu haben
- Aufwertung als Wandergebiet / Teil eines Wanderweges
- oder: Brücke als einzigen Zugang zu einem Erlebniswald errichten → für potenzielle Erlebniswaldbesucher somit einziger Zugang – oder über größeren Umweg erwanderbar → dadurch Möglichkeit der Erhöhung des Eintrittspreises für die Brückenüberquerung und teilweise Refinanzierung der Erlebnisstationen
- ideale Verknüpfung mit den Projekten Baumhaushotel, Kletterwald und Erlebnisstationen (See-Erlebnis)

**Investitionskosten:**

Hängebrücke (ca. 80-120 m, Stahl & Trossenseile): 1.500.000 Euro  
 Planungsleistung: 180.000 Euro  
 Wartungskosten: (jährlich): 10.000 Euro

**Preise:**

- 2,00 Euro / Person

**Geschätzte Einnahmen:**

- Annahme Eintritt: 2,00 Euro

Annahme Besucher / Jahr	10.000	50.000	100.000
erzielbare Einnahmen in EUR	20.000,00	100.000,00	200.000,00

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller Standorte mit See bzw. angrenzend an Wald
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)
- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept /Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, gestalterischer und statischer Vorentwurf)
- Machbarkeitsstudie (Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Investorenakquise (Erstellung eines Standortprofils & Vorhabensbeschreibung & Investorenansprache)
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs
- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

#### 4.2.7 Projekt: Hybride Elektromobilität auf zwei Rädern: E-Bike Stationen

Projekt	Hybride Elektromobilität auf zwei Rädern: E-Bike Stationen
<p><b>Kurzbeschreibung der Investition:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ E-Bikes: mit einem Elektromotor betriebene Zweiräder (Pedelecs, E-Bikes, Elektro-Roller, Scooter und Elektromotorräder): Geschwindigkeit: bis zu 25 km/h oder 35 km/h; Gewicht: zwischen 20 und 27 kg</li> <li>▪ touristische Nutzung in Urlaubsregionen durch Verleihstationen an Bahnhöfen und touristischen Knotenpunkten</li> <li>▪ Reichweite: 40 - 60 km (abhängig vom Gelände, Gewicht, Fahrverhalten, Wetter), Fahrdauer: ca. 5 - 6 h</li> <li>▪ <u>Prinzip:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Elektroantrieb mit Elektromotor (mit direktem oder indirektem Antrieb)</li> <li>– Akkumulator und Elektronikmodul zur Motorsteuerung</li> <li>– Anbringung des Motors wahlweise im Vorderrad oder im Hinterrad als Nabenmotor oder im Tretlager als sogenannter Mittelmotor</li> <li>– Versorgung des Elektromotors mit Energie durch einen oft abnehmbaren Akku</li> </ul> </li> <li>▪ Unterscheidung Elektrofahrräder mit Tretunterstützung und ohne Tretunterstützung, Steuerungstechnik für Motorleistung, Geschwindigkeitsregelung und Regelung des tretabhängigen oder tretunabhängigen Antriebs</li> <li>▪ grundsätzlich gilt: bei mehr als 25 km/h Versicherungs-, Zulassungs- und Helmpflicht</li> <li>▪ Möglichkeit der Aufrüstung eines vorhandenen Rads zum Elektrorad mit Hilfe von nachkaufbaren Bauteilen gegeben</li> <li>▪ Nachteil allgemein: eingeschränkte Reichweite aufgrund der Kapazität des Akkus, insbesondere bei steilen Anstiegen und schnellem Fahren</li> </ul>	
<p>Weitere Beschreibungen unter: <a href="http://www.ebike.de/haeufige-fragen">http://www.ebike.de/haeufige-fragen</a></p>	
<p><u>Beispiele der Nutzung in Regionen:</u></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Movelo - Stationen in mehreren Ländern &gt; Mecklenburg-Vorpommern (<a href="http://www.movelo-mv.de">www.movelo-mv.de</a>)</li> <li>▪ Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern (<a href="http://www.nationalpark.at">http://www.nationalpark.at</a>)</li> <li>▪ E-Bike Region Tirol (<a href="http://www.kufstein.com/de/e-bike-region-tirol.html">http://www.kufstein.com/de/e-bike-region-tirol.html</a>)</li> <li>▪ E-Bike Region Nationalpark Bayerischer Wald (<a href="http://www.nationalpark-ebike-bayerischer-wald.de/ebiken/e-biken-bayerischer-wald-E-bike-region.html">http://www.nationalpark-ebike-bayerischer-wald.de/ebiken/e-biken-bayerischer-wald-E-bike-region.html</a>)</li> </ul>	
<p>Bsp. Modelle:</p>	
	
	
<p>Flyer C-Serie / Tandem / Flyer S-Serie (Einsatz in Mecklenburg-Vorpommern) Quelle: <a href="http://www.movelo-mv.de">www.movelo-mv.de</a></p>	

**Zielgruppen:**

- Natururlauber, Wanderer, Radfahrer allein und in Gruppen
- Best Ager
- Familien
- Paare

**Potenzieller Standort:**

- mögliche Standorte: Schullandheim Gehren oder Campingplatz Cosa, da dort Unterkunft größerer Gruppen möglich und somit höhere potenzielle Nutzungsrate gegeben ist

**Eignung für die Region:**

- sehr gute Eignung für die Region / Vorteile, da:
  - ein gut ausgebautes Rad- und Wegenetz vorhanden ist
  - Steigungen in den Brohmer und Helpter Bergen und längere Distanzen gerade für die Zielgruppe Best Ager auf diese Weise gut überwunden werden können
  - der ÖPNV innerhalb der Region nicht gut ausgebaut ist und somit alternative und vor allem ökologisch verträgliche Fortbewegungsmittel als gut und innovativ gelten würden
  - Einnahmen durch den Verleih generiert werden, die dem Verleiher / Leistungsträger zugute kämen
  - es ein alternatives Urlaubserlebnis durch sanfte Mobilität und damit entspanntes, entschleunigtes Naturerleben ist
  - es zielgruppenunabhängig geeignet und nutzbar ist, d. h. individuell oder in größerer Gruppe
  - es ein funktionierendes innovatives Produkt darstellt:
    - auf Basis eines Franchisekonzepts mit einer Leasing-Flatrate (inklusive Miete, Service, Versicherung, Mobilitäts- und Qualitätsgarantie) sowie
    - auf Basis eines Vertriebskonzepts in Zusammenarbeit mit der Firma BikeTec unter Einbindung der movelo-Partner in alle Werbemaßnahmen (Promotionstouren, Pressefahrten, Messeauftritte, Direktmarketing/ Kunden-Newsletter, E-Bike Events)
  - neue Verleihstationen akquiriert werden, bei denen Elektrofahrräder geliehen und getestet werden können. Alle Betriebe können movelo-Verleihstation werden und dabei nicht nur Pedelecs zum Verleih anbieten, sondern auch aktiv Angebote mit den Elektrofahrrädern erstellen, die dann auf der Website kostenlos und öffentlich beworben werden.

**Investitionskosten:**

- Anschaffungskosten je Elektrofahrrad ab ca. 400 Euro; Akku/Akkuladegerät bis zu 500 Euro, Helmpflicht
- Leasingkosten für Verleihstationen:
  - pro Rad (Tiefeinsteiger) 99 Euro bzw. (Mountainbike) 149 Euro / Monat (mindestens 2 Räder pro Betrieb und 6 Monate / Jahr)

**Investitionskosten bei Anschaffung:**

Investitionskosten	Stückpreis in EUR	Preis für 10 Räder in EUR	Preis für 30 Räder in EUR
Elektrofahrrad	400,00	4.000,00	12.000,00
Akku/Akkuladegerät	500,00	5.000,00	15.000,00
Fahrradhelm	30,00	300,00	900,00
<b>Gesamtkosten</b>	<b>930,00</b>	<b>9.300,00</b>	<b>27.900,00</b>

**Leasingkosten, Leasingzeit: März – Oktober:**

Leasingkosten (8 Monate)	Leasingrate / Rad & Monat	Leasingrate für 10 Räder in EUR / Monat	Leasingrate für 30 Räder in EUR / Monat	Leasingrate für 10 Räder in EUR (8 Monate)	Leasingrate für 30 Räder in EUR (8 Monate)
Tiefeinsteiger	99,00	990,00	2.970,00	7.920,00	23.760,00
Mountainbike	149,00	1.490,00	4.470,00	11.920,00	35.760,00

**Preise (erzielbare Preise):**

Preise für Gruppen- oder Langzeitmieten: Liefer- und Rückholkosten pauschal:

Dauer/Anzahl der Räder	20-25 Stück	10-19 Stück	5-9 Stück
7 Tage	84 Euro	91 Euro	98 Euro
3 Tage	36 Euro	42 Euro	48 Euro
2 Tage	26 Euro	30 Euro	34 Euro
1 Tag	14 Euro	16 Euro	18 Euro

- bei Selbstabholung/ Rückholung: 0 Euro
- je Lieferung oder Rückholung in Vorpommern: 60 Euro
- je Lieferung oder Rückholung in Mecklenburg: 80 Euro
- alternativ pro ½ Std. Fahrzeit (alle Transport & Personalkosten inklusive): 20 Euro
- Anmietung Radtransportanhänger für Selbstabholung bis zu 6 Räder → 20 Euro / Tag; bis zu 20 Räder → 30 Euro / Tag
- Reise- & Tourenleiter (Begleitfahrzeug optional buchbar)

**Geschätzte Einnahmen:**

- Annahme Leihgebühr: 20 Euro / Tag
- Berechnungsgrundlage für die Ermittlung der tatsächlich erzielbaren Verleihtage und Einnahmen:

	Max. Kapazität an verleihbaren Tagen (100%ige Auslastung) <sup>134</sup>
Kapazitäten / Jahr bei 10 Rädern (in Tagen)	2.400 Verleihtage
Kapazitäten / Jahr bei 30 Rädern (in Tagen)	7.200 Verleihtage

Auslastung	60%	40%	20%
erzielbare Einnahmen bei 10 Rädern in EUR	28.800,00	19.200,00	9.600,00
erzielbare Einnahmen bei 30 Rädern in EUR	86.400,00	57.600,00	28.800,00

Um eine **Kostendeckung** zu erreichen müsste die **Auslastung** bei gerechnet 10 Rädern:

- **Leasing** bei mindestens **16,5 %**
- **Anschaffung** bei mindestens **19,4 %**

liegen. Eine Auslastung darüber hinaus bedeutet Gewinn für den Anbieter.

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Kontaktaufnahme zu MOVELO zwecks Leihlizenz / Partnerakquise und Kostenermittlung
- Ansprache potenzieller Verleihbetriebe bzw. -stationen (z. B. Privatanbieter oder Touristinformationsstellen in der Region)

<sup>134</sup> Grundannahme: 8 Monate (240 Tage) Verleih

- Analyse potenzieller Verleihstationen
- Erstellung eines Business Plans (durch den Anbieter)
- Anschaffung / Leihlizenz durch Anbieter

**Spezialisierte Anbieter:**

**Movelo** ([www.movelo.com](http://www.movelo.com)):

- größter europäischer Anbieter für Elektromobilität im Tourismus
- touristisches Dienstleistungsunternehmen mit Sitz in Bad Reichenhall seit 2005
- Angebot eines All-inklusive-Paketes rund um das Elektrofahrrad
- Repräsentanz in Mecklenburg-Vorpommern: [www.movelo-mv.de](http://www.movelo-mv.de); Ansprechpartner: Jörn Kolbe

#### 4.2.8 Projekt: Besucher-Informationszentrum „Vogelzugzentrum“

Projekt Besucher-Informationszentrum „Vogelzugzentrum“	
<b>Kurzbeschreibung der Investition:</b>	
<b>Umfang (erweiterte Variante)</b>	<b>Themen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Empfangsbereich mit Informationstheke / Foyer mit integrierter Touristinformations- und Buchungsstelle für die Region &amp; Informationsort für die angrenzenden Naturparke</li> <li>▪ gastronomischer Bereich: Cafe</li> <li>▪ Ausstellungsbereich: Erlebnisausstellung zu den Themen Rast- und Zugvögel und Moornutzung</li> <li>▪ Außengelände: Grünfläche, Sitzmöglichkeit, Spielplatz, evtl. Streichelzoo</li> <li>▪ öffentliche Toilette</li> <li>▪ Verkaufsbereich / Shop: Verkauf von Souvenirs, Literatur und regionalen Produkten</li> <li>▪ Lese- und Spielecke</li> <li>▪ Vortrags-, Seminar- und Veranstaltungsraum</li> <li>▪ Filmsaal/ Multivisionsshow</li> <li>▪ Verwaltung: Büro, Lagerräume</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Galenbecker See: Entwicklungsgeschichte, Vögel am Galenbecker See: Informationen zu Arten, Lebensbedingungen, Brut- und anderes Verhalten, Vogelzug, Möglichkeiten der Beobachtung</li> <li>▪ Geschichte des Sees und der Friedländer Großen Wiese</li> <li>▪ Friedländer Große Wiese &amp; Moor: Entwicklungsgeschichte, Klimaentwicklung, Nutzung des Moors und negative Folgen, Geschichte (seit 1930er Jahren)</li> <li>▪ Seminare für Ornithologen</li> </ul>
Beispiele der Nutzung in Regionen siehe Kap. 2.5.2:	
<b>Zielgruppen:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Natururlauber               <ul style="list-style-type: none"> <li>– allgemein: Wanderer, Radfahrer allein und in Gruppen</li> <li>– speziell: Ornithologen und Naturinteressierte</li> </ul> </li> <li>▪ Familien</li> <li>▪ Paare</li> <li>▪ Kinder- und Jugendgruppen (Schulklassen)</li> </ul>	
<b>Potenzieller Standort:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ehemalige Naturschutz- und Vogelberingungsstation Heinrichswalde (Neubau erforderlich, Anbindung an Landesstraße, Anbindung an potenziellen Moorlehrpfad siehe Kap. 4.1.5)</li> <li>▪ ehemalige Nerzfarm Galenbeck (Räumlichkeiten bereits vorhanden sowie Anbindung an Naturlehrpfad und Beobachtungsplattform)</li> <li>▪ Alternative:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nutzung beider Standorte mit zwei verschiedenen Schwerpunkten (z. B. Heinrichswalde: Moor, Galenbeck: Vogelschutz &amp; Vogelzug)</li> <li>– Verbindung beider Standorte durch Wanderweg</li> </ul> </li> </ul> <p><u>Vorteil:</u> Naturerlebnis wird in das Besuchererlebnis mit eingebunden, beide Standorte fungieren als Tor zu zwei thematisch verschiedenen und sich ergänzenden Naturlehrpfaden</p> <p><u>Nachteil:</u> höhere Kosten durch Bewirtschaftung zweier Gebäudestandorte, insbesondere höherer Personalaufwand</p>	

### Eignung für die Region:

- sehr gute Eignung für die Region / Vorteile, da:
  - interessante und einmalige Natur- und Kulturentwicklungsgeschichte des Galenbecker Sees (NSG, FFH- und EU-Vogelschutzgebiet), der Friedländer Großen Wiese (Moor) und der Brohmer/ Helpter Berge (höchste Erhebung in M-V, Eiszeitlandschaft) wird bisher in keiner Stätte umfangreich und zusammenhängend vermittelt  
→ überregional bedeutsame touristische Attraktion mit Alleinstellungsmerkmal (Kombination der Themen Vogelwelt und Moor im und am Galenbecker See)
  - ehemalige Vogelberingungsstation sowie Nerzfarm infrastrukturell schon vorhanden/ erschlossen und strategisch günstig im Mittelpunkt des U-Raumes gelegen und somit von allen Seiten gut erreichbar (ehemalige Vogelberingungsstation direkt an der L 311)
  - Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln durch Bushaltestellen gegeben, Parkplätze vorhanden
  - ebenes Gelände ermöglicht Barrierefreiheit
  - Aufwertung der Nebensaison, da Vogelzug- und Brutzeit in der Vor- und Nachsaison liegen und das Vogelzugzentrum eine Allwettervariante darstellt
  - Ausgangspunkt für geführte und individuelle Wanderungen in die Friedländer Große Wiese (Moorlehrpfad) u. a. Wanderungen in die Region
  - ggf. auch Außenstandort zur Vermarktung der Angebote des direkt angrenzenden Naturparks
  - Schaffung von Arbeitsplätzen bei ganzjähriger Öffnung des Zentrums: Kasse & Shop, Wartung/ Pflege, Servicepersonal/ Gästeführungen, Gastronomie
  - als Besucherlenkungsmaßnahme ein Fernhalten der Besucher von den besonders sensiblen Schutzbereichen des Galenbecker Sees mit gleichzeitiger Umweltbildung durch Informationen zur Region möglich ist

### Vorüberlegungen für Modellrechnung<sup>135</sup>:

- Anzahl der generierten Besucher abhängig von Größe/ Umfang (Angebote, innovative Konzepte, Qualität) des Besucherzentrums

Daten vergleichbarer Besucherzentren:

Name & Ort	Anzahl Besucher	Ausstellungsfläche (m <sup>2</sup> )	Träger / Betreiber
NP Infozentrum Königsstuhl/ Rügen:	310.000 (2008)	2.000	Träger: WWF DTL, Stadt Sassnitz Betreiber: Sassnitz GmbH WWF
Müritzeum Waren	100.000 (1-7/2010)	4.000	Müritzeum GmbH

- notwendig ist die finanzielle Bezuschussung von fast allen existierenden Zentren, insbesondere durch Landkreise und Gemeinden, aber auch durch Stiftungen und Naturschutzverbände
- wichtig von Beginn an ist die Kooperation mit den Landkreisen, dem regionalen und Landes-Tourismusverband/-verbänden, Naturschutzverbänden
- Annahme Besucherpotenzial: 100.000 (Tagesausflügler und Urlauber der Region), drei Viertel der Besucher saisonal (Mitte Juni bis Mitte September) sowie an Wochenenden → 75.000 Besucher an 168 Tagen → ø 446 Besucher / Tag (Spitzentage: + ca. 20% → 550 Besucher)
- Flächenbedarf bei 550 Besucher/Tag: **1.330 m<sup>2</sup>**
- Parkflächenbedarf bei angenommenen 75 % PKW-Reisenden & zusätzlichen Radtouristen: 80 PKW-, 2 Motorrad-, 30 Fahrradstellplätze, 1 Reisebus → zuzüglich Begrünung, Sitzecke (Außenbereich): **2.700 m<sup>2</sup>**

<sup>135</sup> Modellberechnung für das Besucher-Informationszentrum in Anlehnung an die Modellberechnung eines Welcome Centres: ANIMARE PROJEKTMANAGEMENT TOURISMUS (2004): Finanzierungsmodell zur Errichtung von Welcome-Zentren in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte im Rahmen des INTERREG III-B Projektes „High Quality Tourism II“

**Kosten:**

▪ **Investitionskosten:**

- *Gebäudekosten:* **Ø ca. 2.700 Euro pro m<sup>2</sup>** → bei 1.330 m<sup>2</sup> effektiver Nutzfläche: **3.559.000 Euro**
- *Ausstellungskosten:*  
Angenommener Mittelwert: **2.200 Euro pro m<sup>2</sup>** → bei 700 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche: **1.540.000 Euro**
- *Ausstattungskosten* (angenommener Pauschalwert):
  - **500 Euro pro m<sup>2</sup>** für Foyer, Seminar- und Verwaltungsfläche → bei 340 m<sup>2</sup>: **170.000 Euro**
  - **2.000 Euro pro m<sup>2</sup>** für Gastronomie, Sanitäranlagen → bei 130 m<sup>2</sup>: **260.000 Euro**
  - **710 Euro pro m<sup>2</sup>** für Shop → bei 100 m<sup>2</sup>: **71.000 Euro**
  - **2.000 Euro pro m<sup>2</sup>** für Filmsaal → bei 60 m<sup>2</sup>: **120.000 Euro**
- **Park- und Verkehrsflächenanlagen:**  
Angenommener Wert: **80 Euro pro m<sup>2</sup>** → bei 2.700 m<sup>2</sup>: **216.000 Euro**

Investitionskosten gesamt:	5.936.000 Euro
plus Planungskosten (10 % der Investitionskosten):	593.600 Euro
<b>Investitionskosten Gesamt:</b>	<b>6.529.600 Euro</b>

▪ **Unterhaltungskosten (laufende Kosten):**

- *Instandhaltungskosten:* Gebäude (1,2 %), Ausstattung (5,0 %), Park- und Verkehrsflächen (5,0 %) und Ausstellung (pauschal: 100.000,00 Euro)
- *Betriebs- und Personalkosten:*  
Annahme einer Betreuung der Teilbereiche außer Gastronomie in Eigenregie, abhängig von Einrichtungsmerkmalen, daraus resultierenden Angeboten und jährlichen Besucherzahlen, knapp bemessener fester Personalstamm + Hilfskräfte (Praktikanten, BuFDies, ehrenamtliche Helfer etc.)  
Personalbedarf und -kosten (bei mind. angenommenen 100.000 Besuchern):

Stellenbezeichnung	Anzahl	Leistungsgruppe	Monatliche Kosten (inkl. AG-Anteil SV) in Euro	Jährliche Kosten in Euro
Leitung / kaufmännische Leitung	1	II	4.450,00	53.400,00
Sekretariat	1	IV	2.450,00	29.400,00
Touristeninformation / Führungen/ Buchung <sup>136</sup>	2	IV	4.900,00	58.800,00
Ausstellungsmanagement	1	IV	2.450,00	29.400,00
Marketing / Besucherbetreuung	1	III	3.025,00	36.300,00
Technik / EDV (Hausmeister)	1	IV	2.450,00	29.400,00
Shop / Kasse	1	V	1.820,00	21.840,00
Praktikantenstelle (6 Monate / Jahr)	(1)	-	410,00	2.460,00
<i>Gesamt (feste Personalkosten)</i>	<i>8 (+1)</i>			<i>261.000,00</i>
Saison-Aushilfen (3 Monate / Jahr für Besucherbetreuung, Shop, Touristeninformation)	10	-	4.100,00	12.300,00
<b>Summe Personalkosten</b>			<b>Maximal 26.055,00</b>	<b>273.300,00</b>

<sup>136</sup> In der Modellrechnung wird angenommen, dass eine Touristeninformationsstelle in dem Besucherzentrum integriert wird, die die Region um den Galenbecker See vermarktet und über die angrenzenden Naturparke informiert.

- *Betriebskosten*: Heizung, Wasser, Strom, Bürokosten (ca. 20%) plus Marketing (Annahme: 10%)

Unterhaltungskosten (laufende Kosten):

Personalkosten	273.300,00 Euro
Instandhaltungskosten	184.559,20 Euro
Betriebskosten	130.792,06 Euro
Aufwendungen für Marketing	65.396,03 Euro
<b>Unterhaltungskosten (laufende Kosten) Gesamt:</b>	<b>654.047,29 Euro</b>

**Mögliche Einnahmen** (u. a. erzielbare Preise)/ **Finanzierung der laufenden Kosten:**

NABU / WWF / Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Spenden, Pachteinahmen (Vermietung und Verpachtung von Räumlichkeiten), Landeszuschüsse, Eintrittsgelder, Shop, sonstige Einnahmen (z. B. Verkauf von Infomaterial, Führungen)

▪ **Potenzielle jährliche Einnahmen:**

- *aus Eintrittsgeldern:*  
Angenommener ø-Eintrittspreis thematischer Besucherzentren: **5 Euro (100.000 Besucher)**

Eintrittspreis	Besucheranteil		Einnahmen
Erwachsene (5,00 Euro)	50 %	50.000	250.000 Euro
Ermäßigte (3,50 Euro)	20 %	20.000	70.000 Euro
Kinder (2,50 Euro)	20 %	20.000	50.000 Euro
Sondertarif (ø 3,00 Euro)	10 %	10.000	30.000 Euro
<b>Summe:</b>	<b>100 %</b>	<b>100.000</b>	<b>400.000 Euro</b>

- *aus Führungen:*  
Annahme: Gruppenpreis (25 Personen): **25 Euro**, 20% der Besucher nehmen Führung in Anspruch → Einnahmen in Höhe von **mind. 20.000 Euro**
- *aus Verpachtung / Vermietung von Räumlichkeiten:*  
Annahme: Gastronomie in Fremdbetrieb, Marktpreis = 7 Euro pro m<sup>2</sup> → Einnahmen aus Verpachtung, inklusive Nebenkosten, von höchstens **8.400 Euro**
- *durch Verkauf touristischer Artikel:*  
abhängig von Besucherzahl und angebotenen Produkten, in der Regel lediglich kostendeckend
- *durch zeitliche Vermietung von Räumlichkeiten:*  
Annahme: 150 Euro pro Vermietungstag plus Verpflegungspaket bei monatlich 3 Veranstaltungen (Seminare, Konzerte, private Nutzung) → jährlich Einnahmen von ca. **5.400 Euro**

**Maßnahmen / nächste Schritte:**

- Partnersuche: Landkreise, Tourismusverbände (TV Vorpommern / Mecklenburgische Seenplatte), Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV), Naturschutzverbände (NABU, WWF, Jordsand)
- Klärung der Trägerschaft des Besucherzentrums
- Standortanalyse:
  - Klärung der Voraussetzungen, die ein potenzieller Standort erfüllen muss
  - Analyse potenzieller alternativer Standorte
  - Grunderwerb: Klärung von Eigentumsverhältnissen geeigneter Flächen & Gebäuden
- Prüfung der Genehmigungsfähigkeit (Vorhandensein von B-Plänen, Flächennutzungsplänen und raumordnerischen Entwicklungszielen)

- Variantenuntersuchung und Architekturkonzept /Vorentwurf (Vermessungsplan, Baugrund, Umweltverträglichkeit, gestalterischer und statischer Vorentwurf)
- Machbarkeitsstudie (Marktanalyse, Schätzung der Investitionskosten, Betriebskosten, Einnahmenschätzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Finanzierungskonzept / finanzielle Machbarkeit, Betreiberkonzept)
- Erstellung eines Business Plans (durch den Betreiber)
- Entwurfsplanung / Detailplanung inkl. detaillierter Kostenberechnung
- Genehmigungsplanung / Prüfung des Entwurfs
- Ausführungsplanung inkl. detailliertes Leistungsverzeichnis
- Ausschreibung/ Wertung der Angebote
- Bau

### 4.3 Projektempfehlungen

#### **Allgemeine Empfehlungen für investive Projekte**

Hinsichtlich der oben dargestellten Projektpässe sind einige grundlegende strategische Überlegungen zu treffen. Bereits in den Projektpässen werden detaillierte Aussagen zu den Anforderungen, der Eignung für die Region sowie weiteren Maßnahmeschritten getroffen. An dieser Stelle sollen jedoch noch einmal die wichtigsten Schlussfolgerungen zusammengefasst werden.

Alle dargestellten Projekte sind als langfristig anzugehend und umzusetzen anzusehen. Wichtig ist dabei, dass die Investitionsmaßnahmen in sich schlüssig sind und sich gegenseitig sinnvoll ergänzen. Es können dann auch zusätzliche Gästezahlen generiert werden, wenn diese Projekte als Gesamtheit betrachtet und entwickelt werden.

Ziel sollte es sein, für Einzelinvestitionen gezielt unterschiedliche Betreiber / Investoren innerhalb und vor allem außerhalb der Region anzusprechen, um diese zu einer Ansiedlung zu bewegen. Es gibt, wie in den Projektpässen erwähnt (z. B. Fischerhof, Baumhaushotel und Hochseilgarten sowie E-Bike-Verleih), bereits mögliche Investoren und Anbieter, die aufgrund der Potenziale und Voraussetzungen der Region in entsprechende touristische Infrastruktur bzw. Angebote investieren würden. Wichtig ist hierbei, für einzelne Projekte sogenannte Standortprofile zu erstellen, um die Investoren und Anbieter für das Projekt in dieser Region anzulocken und zu begeistern.

#### **Allgemeine Empfehlungen für die Lage der investiven Projekte**

Hinsichtlich der Standortvorschläge sind einige grundsätzliche Empfehlungen aus den Projektpässen zusammenfassend möglich.

Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass es sich bei den hier vorgenommenen und in Anlage 13 kartografisch dargestellten Projektempfehlungen um Standort-Vorschläge handelt.

Im Vergleich dazu weisen die Projektpässe (Kap. 4.2.x) im Abschnitt „Potenzielle Standorte“ bzw. „Eignung für die Region“ über die, sich in der kartografischen Darstellung widerspiegelnden, nachfolgenden Projektempfehlung hinaus reichende Empfehlungen aus.

Die tatsächliche Umsetzung eines Vorhabens ist insgesamt vom Engagement der Akteure, dem Einverständnis der Eigentümer (falls abweichend vom Akteur) und dem Vorhandensein von potenziellen Investoren abhängig. Sollten sich diese in Berücksichtigung einer erfolgten detaillierten Standortanalyse, einer Vorprüfung der Genehmigungsfähigkeit und ggf. aufbauend auf Aussagen einer Machbarkeitsstudie für eine Investition an einen Standort in der Region begeistern lassen, der nachfolgend nicht dargestellt ist, so spricht einer Realisierung an einem anderen als dem nachfolgend empfohlenen Standort nichts entgegen.

Aufgrund der ökologischen Sensibilität und des Schutzstatus des Galenbecker Sees und seiner direkten Umgebung ist der See als touristisches (aktives) Zentrum nicht geeignet. Die Attraktionsräume sollten sich im weiteren Umfeld des Galenbecker Sees einordnen.

Als besonders geeignete Standorte für Projekte mit sogenanntem aktivem Erlebnischarakter sind die **Brohmer Berge** mit ihrem reichen Buchenbestand und mit den Bergkaveln zu empfehlen. Hier hinein lassen sich sehr gut ein *Baumhaushotel bzw. Baumhäuser* mit angeschlossenem *Panoramaturm* integrieren, da auch die infrastrukturelle Anbindung durch Straße/ Wege gegeben ist. Auch die Kombination von Baumhaushotel, (Hoch-/ Niedrig-) *Seilgarten* und/ oder *Hängeseilbrücke* ist – auch in Anbetracht des kombinierten und damit minimierten Betreiberaufwandes – für die Brohmer Berge zur Erlebarmachung sehr gut geeignet. Um den Blick auf den Galenbecker See und in die Weite der Friedländer Großen Wiese zu gewährleisten, sollte ein Standort im nördlichen Bereich der Brohmer Berge, abfallend in Richtung des Sees, gewählt werden.

Alternativ lassen sich *Baumhäuser* sowie ein (Hoch-/ Niedrig-) *Seilgarten* auch in Verbindung zwischen den Brohmer Bergen und dem **Brohmer Stausee** mit dem dort befindlichen Campingplatz Cosa einbinden. Dem Erlebniswert steht jedoch entgegen, dass eine Nutzung der Talsperre zum Baden oder Boot fahren aufgrund der Überspannung des Sees mit einer Hochspannungsleitung offiziell nicht gegeben ist. Zudem besitzt das Gewässer ansich aufgrund Niedrigwasserphasen und Algenmassenentwicklungen sowie das Umfeld (Agrarlandschaft angrenzend an schmalen Ufergehölzsaum) keine attraktive Eigenwirkung. Die Staumauer ist nicht begehbar.

Insbesondere der **Demenzsee** ist für eine Gesamtinvestition in Bezug auf das Thema „*See aktiv erleben*“ hervorragend geeignet. Faktoren, die hierfür sprechen, sind die landschaftlich reizvolle Lage des natürlichen Badesees (gute Wasserqualität) – der keinem Schutzgebietsstatus unterliegt – mit Uferwaldbestand und attraktiven Wanderrundweg, die Nähe zum NSG „Burgwall Rothemühl“ und der dort etablierten Gaststätte „Burgwall“, die am See vorhandene Infrastruktur sowie das Potenzial zur infrastrukturellen Erweiterung. So bietet es sich an, die Badestelle zu erweitern, einen *Bootsverleih*, *Gastronomie* und auch weitere investive Projekte wie einen *Fischerhof*, eine *Hängeseilbrücke*<sup>137</sup> oder eine *E-Bike-Station* direkt am See zu etablieren sowie auf den umgebenden landwirtschaftlichen Flächen einen *Niedrigseilgarten*, einen Streichelzoo, ggf. notwendige *Parkplätze* und *Übernachtungsmöglichkeiten* einzurichten. Zusätzlich können über die Einrichtung einer *Aussichtsplattform* die Brohmer Berge und die Rastflächen (Vogelrast) in Richtung Klein Luckow erlebbar gemacht werden.

Auch die weiteren zum Angeln ausgewiesenen Seen lassen das Projekt *Fischerhof* der Mürztfischer als prädestiniert erscheinen. Insbesondere der **Lübkowsee** bietet aufgrund

<sup>137</sup> aufgrund der Ausprägung als langgezogener Rinnsee reduzieren sich die Investitionskosten aufgrund der geringen Breite/ Überspannungslänge; gastronomische Einrichtung als Eingangs-/Eintrittsbereich für Hängebrücke nutzbar (Personalreduzierung, Überwachung, Verantwortlichkeiten)

seiner bereits vorhandenen Infrastruktur in Form von Ferienhäusern, Bootsverleih und einer gastronomischen Einrichtung beste Voraussetzungen.

Dagegen ist der **Galenbecker See** als Naturschutzgebiet in Zusammenhang mit der angrenzenden Friedländer Großen Wiese prädestiniert für eine naturverträgliche Erlebbarmachung durch Ansprache der Sinne in Form von Infrastruktur zur *Vogelbeobachtung*, die Etablierung eines *Moorerlebnispfades* in der Friedländer Großen Wiese mit *Erlebnisstationen* sowie eines *Besucher-Informationszentrums*. Der Galenbecker See kann durch die benannten Seelerlebnisstationen aufgewertet und mit allen Sinnen erlebbar gemacht werden.

Ein *Besucher-Informationszentrum* als erster Anlaufpunkt und Informationsstätte für die Gäste ist prädestiniert für die unmittelbar am Galenbecker See im Zentrum des U-Raums gelegenen Orte **Heinrichswalde** sowie **Galenbeck**, da hier bereits eine infrastrukturelle Erschließung sowohl gebäudetechnischer als auch verkehrstechnischer Art gegeben ist. Außerdem kann eine Verbindung zu den bzw. Einbindung der potenziellen touristischen Infrastrukturen bzw. Angebote(n) Moorlehrpfad (siehe Kap. 4.1.5) und Naturlehrpfad mit Beobachtungsplattform hergestellt werden (vgl. Kap. 4.2.8). Beide Standorte fungieren als Tor zu zwei verschiedenen und sich ergänzenden Thematiken (Moor; See).

Ein *Niedrigseilgarten* ist als touristische Infrastrukturmaßnahme in das Gelände des **Schullandheims in Gehren** zu integrieren, was eine enorme touristische Aufwertung des Gesamtareals für mehrere Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Aktivtouristen) nach sich ziehen würde.

Die *E-Bike-Verleihstationen* kommen vor allem für die **Standorte der Unterkunftsbetriebe** Campingplatz Cosa, Landschulheim Gehren (bei Wiedereröffnung auch Jugendbegegnungsstätte Europa in Schwichtenberg), Parkhotel Schloss Rattey sowie Jagdschloss Kotelow in Frage, da es hier bereits Akteure gibt und die Unterkunftsbetriebe meist erste Anlaufstätte für Gäste in der Region sind. Auch Etablierung einer E-Bike-Station in Klepelshagen sowie am geplanten Besucher-Informationszentrum erscheint sinnvoll.

## 5 Exkurs – Entwicklung von thematischen touristischen Produkten und Angebotspauschalen für Naturtouristen in der Region Galenbecker See

### 5.1 Grundlegende Überlegungen

#### *Ausgangsposition*

Da es in der Region Galenbeck an buchbaren, zielgruppenspezifischen und thematisch orientierten Produkten und Pauschalen mangelt, ist die Entwicklung qualitativ hochwertiger und erlebnisorientierter Angebote und Produkte von entscheidender Bedeutung. Die Region bietet, wie in Kapitel 1 herausgestellt, herausragende Potenziale sowohl natur- und kulturlandschaftlicher Art als auch in Bezug auf die vorhandene touristische Infrastruktur. Diese gilt es zu nutzen und in Wert zusetzen, d. h. dem (potenziellen) Gast zugänglich zu machen. Ziel sollte es sein, vernetzte, aus mindestens zwei Produktbausteinen zusammengesetzte, touristische Produkte zu entwickeln, die als Angebotspauschalen von den Naturtouristen wahrgenommen und die Potenziale der Region ausschöpfen und widerspiegeln. Grundlegende Voraussetzung hierfür ist das Alleinstellungsmerkmal, welches die Basis für eine effektive und themenspezifische Angebotsgestaltung sowie eine Erfolg versprechende Vermarktung darstellt. Alle Angebote sollten unter einem speziellen, innovativen Motto beworben und angeboten werden. Nur wenn die Leistungsangebote einen hohen Erlebniswert bieten, umfassend auf die individuellen Bedürfnisse und Ansprüche der Zielgruppe abgestimmt sind und auch nach außen kommuniziert werden, können sie erfolgreich am Markt platziert werden. Dabei muss einerseits eine gleichbleibend hohe Qualität entlang der gesamten Servicekette gewährleistet werden; andererseits müssen die einzelnen Leistungsträger, die das Gesamtangebot tragen, ihre Ressourcen und Möglichkeiten bezüglich der Inkludierung und Kooperation mit anderen Akteuren überprüfen. Die hieraus resultierende, attraktive Angebotsvielfalt setzt schlussendlich den Grundstein für eine hohe Gästezufriedenheit sowie eine verbesserte Wahrnehmung auf dem touristischen Markt.

Da sich die Region Galenbecker See insbesondere im Segment Naturtourismus mit den natürlichen Potenzialen Natur- und Landschaftsraum mit einem reichen Vogel- und Wildbestand profilieren sollte, können die Angebotsbeispiele des Weiteren zur Aufwertung der Nebensaison beitragen, da entsprechende Angebote zu den Themen Hirschbrunft und Kranichrast hauptsächlich in der Herbstsaison stattfinden.

#### *Erfolgsfaktoren*

Für die Aufbereitung und In Wert Setzung sowie Umsetzung touristischer Angebote sollten folgende bereits in Kapitel 2 aufgezeigten Erfolgsfaktoren beachtet werden:

- **Zielgruppenorientierung** (das Wissen um die Bedürfnisse und die Ansprüche der Gäste)
- **Individualisierbarkeit** (die Kombinationsmöglichkeit verschiedener Bausteine)

- **Alleinstellung und Emotionalität** (Profilgewinnung durch Einzigartigkeit und Besonderheit des Produkts oder Erlebnisses mit emotionaler Ansprache)
- **Angebots- & Servicequalität** (entlang der gesamten Servicekette einschließlich Zertifizierungen und Qualitätssiegeln)
- **Stimmigkeit** (Angebot von Leistungen, die zueinander passen und auf gleichem Qualitätslevel sind)
- **Bündelung und Vernetzung der Angebote & Kooperationen der Anbieter**

### **Zielgruppen und Themen**

Da die Region aufgrund ihrer Potenziale ihre Zielgruppen hauptsächlich im Nischensegment Naturtourismus findet und hier entsprechende Angebote entwickelt werden müssen, werden die in Kapitel 2 benannten Nachfragebedürfnisse und Aktivitäten der Naturtouristen an dieser Stelle aufgegriffen und inkludiert.

Die Hauptthemen bzw. Segmente in Bezug auf den Naturtourismus im engeren Sinne sowie Natur bezogenen Tourismus im weiteren Sinne sind nachfolgend zusammengefasst:

- **Naturaktivitäten: „Natur aktiv / erleben“** (Aktivitäten in der Natur wie Rad fahren, reiten, wandern, Nordic Walking)
- **Einfluss auf die Natur: „Mensch als Natur- und Landschaftsgestalter“** (z. B. Spuren von Verkehrswegen/ Kanälen, Entstehung von Siedlungen, Kultivierungs- und Schutzmaßnahmen vor Hochwasser), Hinterlassenschaften extensiven Rohstoffabbaus oder Flächennutzung)
- **Naturbeobachtung & Naturentstehung: „Natur pur / der Natur auf der Spur“** (z. B. Tier- und Pflanzenbeobachtungen, geologische Führungen zur Erdgeschichte, Spuren der Eiszeit, Veränderung der Landschaft im Laufe der Jahreszeiten, Special Interest)
- **Naturbildung: „Natur als Gestalter menschlicher Kulturen“** (z. B. Bäuerliches Wohnen und Arbeiten, Geschichtsstraßen (Beispiel „Salz- und Heringsstraße“), Landschaft in der Kunst, Landschaft und Religion, Auswirkungen des Klimawandels)
- **Naturbildung: „Von der Natur lernen“** (z. B. nachhaltige Energieträger, Naturverträgliches Bauen, Bionik)
- **gesund in der Natur: „Gesundheitsbringer Natur“** (z. B. Kräuter, Luft- und Wasserreinheit, Reizklima, Gesund(en)/ Abschalten in der Natur)
- **emotionales Naturerlebnis: „Erleben von Stille, Freiheit und Wohlbefinden, Erleben mit allen Sinnen“**

Die oben genannten Erfolgsfaktoren lassen eine zielgruppenorientierte Kombination aus erlebnisorientiertem Thema, unberührter Natur, Ambiente mit gutem Essen und Trinken sowie einem hohen Qualitätsanspruch für die Entwicklung von touristischen Angeboten in

der Region Galenbeck als aussichtsreich erscheinen. Dabei hat die Region aufgrund ihrer natürlichen Potenziale große Chancen, sich mit ihren Angeboten gemäß dem Trend des Slow Tourism – Entschleunigung, Langsamkeit und Ruhe – zu entwickeln.

### **Schritte zur Entwicklung von Angeboten in der Region Galenbecker See**

Im Folgenden sollen beispielhaft zwei zielgruppenorientierte Angebote entwickelt werden. Dabei werden in der Bestandsanalyse ermittelte, bereits bestehende Bausteine vernetzt, in der Region befindliche Leistungsträger inkludiert und mögliche Varianten der effektiven Bewerbung dieser Angebote jeweils unter Beachtung der dargestellten Trends aufgezeigt. Investive touristische Produkte und Angebote hingegen, die bisher in der Region fehlen, werden bereits in den Projektpässen (Kapitel 4) als zukünftig umzusetzende Maßnahmen ausführlicher dargestellt und an dieser Stelle nicht weiter berücksichtigt.

Neben der Beschreibung des Angebotes und seiner einzelnen Bausteine sind die Festlegung der Zielgruppe(n), die möglichen Leistungen, die Dauer sowie die grundsätzlichen Voraussetzungen und Anforderungen an das Angebot (wie Kooperationspartner, Erreichbarkeiten oder Qualitätsstandards) wichtige Komponenten. Die Angebotsbestandteile sind so gewählt, dass keine wetterbedingten oder jahreszeitlichen Abhängigkeiten bestehen, das Angebot somit ganzjährig buchbar ist.

Um ein möglichst vielseitiges Angebotsrepertoire aufzuzeigen, wird hinsichtlich der Angebote sowohl nach der Anzahl der Teilnehmer und Reisedauer als auch nach Alter und Reisemotiven innerhalb des Segments Naturtourismus unterschieden.

- Familien aus dem Ballungsgebiet Berlin (alternativ Szczecin) mit einem Pauschalwochenendangebot
- Naturbeobachter als Individualreisende mit einem Kurzurlaub

Aus der Bestandsanalyse wurden zahlreiche Angebotselemente in der Region identifiziert, die geeignet sind, Pauschalangebote für verschiedene Zielgruppen zusammenzustellen. Da insbesondere der Erlebnischarakter einen Erfolgsfaktor darstellt, sollen die Angebotsbeispiele jeweils unter dem Motto des „Erlebens“ stehen und thematisch die Alleinstellungsmerkmale und damit das Typische der Region präsentieren.

Aufgrund der definierten Alleinstellungsmerkmale sind folgende drei Hauptthemen geeignet, durch touristische Angebote aufgewertet zu werden:

- „Wildtier - Erleben“
- „See - Erleben“
- „Relief & Wald - Erleben“

In der Bestandsanalyse wurde ein Mangel an touristischen Produkt- bzw. Einzelleistungen herausgestellt. Allgemein sind diese unter dem Begriff des touristischen Basisangebots zusammengefasst; sie sind allerdings je nach Leistungsträger vor Ort und Kreativität beliebig erweiterbar und sollten alle einen ähnlich hohen Qualitätsstandard vorweisen.

Diese Basisangebote mit grundlegenden Produktbausteinen, welche entlang der gesamten Servicekette präsent sein sollten, sind unter anderen folgende:

- Wohnen & Schlafen
- Essen & Trinken (Gastronomie)
- Fahrrad- und Bootsverleih
- Abholservice bzw. Transfer
- Picknickkörbe
- Infrastruktur für Gesundheit und sportliche Aktivitäten
- Veranstaltungen
- thematische Führungen
- geführte Exkursionen
- Workshops
- Events / Feste
- Museumsbesuche

Die Verbesserung des touristischen Basisangebotes in der Region Galenbeck nimmt einen hohen Stellenwert ein, insbesondere in den Bereichen Fahrradverleih, Abholservice bzw. Transfer sowie thematische Führungen. Diesbezüglich sind Maßnahmen zu ergreifen, die im Maßnahmenkatalog in Kapitel 3.2 zusammengefasst sind. Zusätzlich sei an dieser Stelle auf die bereits etablierten jahreszeitlichen Events / Veranstaltungen hingewiesen, die bei Angebotserstellungen inkludiert werden sollten. (z. B. Angerfest Kotelow im Juli, Tanzlindenfest Galenbeck im August, Kartoffelfest Schwichtenberg im September).<sup>138</sup> So können die Angebotspauschalen abwechslungsreicher gestaltet und jahreszeitlich variiert werden.

Wie eingangs bereits dargestellt, sind touristische Pauschalangebote für die Region Galenbecker See sehr wichtig, um ihre Potenziale in Wert zu setzen und neue Gäste anzusprechen. Bei der Erstellung entsprechender Angebote sind die unten aufgezeigten Komponenten für die Wahrnehmung und Inanspruchnahme durch potenzielle Gäste von großer Bedeutung.



Neben den bereits beschriebenen Produktbausteinen sind die Akteure als Leistungsträger, die das Angebot mit seinen Einzelleistungen anbieten und buchbar machen, die Wahl möglicher und effektiver Vertriebswege, um das Angebot den Gästen verkaufen zu können sowie ansprechende, die gewünschten Zielgruppen erreichende Kommunikationskanäle, um eine Wahrnehmung des touristischen Produkts zu erreichen, entscheidende Faktoren bei der Angebotserstellung.

Weiterhin ist die Preiskalkulation eine wichtige Komponente und für die einzelnen Zielgruppen von entscheidender Relevanz für die Buchung des Angebots. Jedoch können erst nach genauer Festlegung des touristischen Angebots, seiner einzelnen Leistungsbe-

<sup>138</sup> siehe Kapitel 1.3, Tabelle 9

standteile, der raum-zeitlichen Angaben sowie der Klärung konkreter Zuständigkeiten die Angebote preislich kalkuliert werden.

Die folgenden zwei erarbeiteten Produkt- bzw. Angebotsideen enthalten eine ausführliche Darstellung der Produktbausteine, zeigen potenzielle Ansprechpartner, Voraussetzungen und Anforderungen sowie mögliche Vertriebs- und Kommunikationskanäle auf. Sie sind bisher rein fiktiv und stellen Möglichkeiten und Potenziale dar. Sie müssen in weiteren Schritten, in Zusammenarbeit der touristischen Leistungsträger der Region, der TV sowie der Landkreise mit Leben gefüllt und gegebenenfalls um neue Ideen erweitert werden. Die in Kapitel 4 aufgezeigten Projekte hingegen bedürfen eines längeren Umsetzungsprozesses sowie notwendiger Investitions- und Entwicklungsmaßnahmen.

## 5.2 Angebotsbeispiel 1

 <p>Quelle: eigene Bilder, <a href="http://www.schlossrattey.de">http://www.schlossrattey.de</a>, <a href="http://www.museumsdorf-schwichtenberg.de">www.museumsdorf-schwichtenberg.de</a></p>	<p><b>„Idyllisches Kleinod in der Grenzregion Mecklenburg-Vorpommerns – Familienurlaub zwischen Wildtierland und Kranichparadies“</b></p> <p><b>Zielgruppe:</b></p> <p>Naturinteressierte Familien oder Gruppen in einer Gruppengröße von bis zu 16 Personen (Eltern, (Ur)-Großeltern, Kinder)</p> <p><b>Anreise und Dauer:</b></p> <p>Wochenendpauschale Freitag bis Sonntag</p> <p><b>Leistungen / Bausteine:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transfer vom/zum Bahnhof</li> <li>▪ Unterbringung in Ferienhäusern oder Doppelzimmern (je nach Konstellation der Reisenden) im Park Hotel Schloss Rattey</li> <li>▪ Frühstücksbuffet</li> <li>▪ Begrüßungsgetränk</li> <li>▪ kulinarisches Abendmenü</li> <li>▪ Transport während der Reise in Kleinbussen</li> <li>▪ Kutschfahrt von Woldegk in die Brohmer Berge</li> <li>▪ saisonaler Workshop Kochen/ Backen im Museumsdorf Schwichtenberg (ca. 4 Stunden) und anschließendes gemeinsames Essen (ca. 2 Stunden)</li> <li>▪ abendliche Idylle am Galenbecker See</li> <li>▪ Waldrallye in den Brohmer Bergen für die ganze Familie mit anschließendem Picknick / Buffet</li> </ul> <p><b>Möglicher Kontakt und Buchung über:</b></p> <p>TV Brohmer Berge e. V., Telefon: 039753/22584, Email: <a href="mailto:info@brohmerberge.com">info@brohmerberge.com</a></p>
--	--

### **Leistungsbeschreibung:**

Die Pauschale wurde für die Zielgruppe Familienreisende aus der Großstadt konzipiert. Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Angebots für die Zielgruppe Großstädter ist deren Sehnsucht nach Landleben, Natur pur, Wiederentdecken von Einfachheit und Lebensart. Vor allem Kinder sollen mit Erlebnissen und Erfahrungen in / mit Natur und Landschaft, die sie in der Großstadt oft nicht machen können, konfrontiert und in Berührung gebracht werden. Auch die Zielgruppe der Best Ager (Groß- und Urgroßeltern) sollen in das Angebot integriert werden, um ihnen ein intensives Erleben mit ihren Enkeln und gleichzeitig den Eltern eine Auszeit von ihren Kindern und ihrem Alltag zu ermöglichen. Im Mittelpunkt stehen das aktive Erleben in der und mit der Natur, das intensive gemeinsame Gestalten, aber auch viel Zeit zum Relaxen und zur aktiven Erholung. Aufgrund der Schulpflicht der Kinder und der Berufstätigkeit der Eltern ist das Angebot auf Wochenenden angelegt.

Da Qualität beim Service, bei der Infrastruktur und bei den Angeboten vorausgesetzt und erwartet wird, ist trotz expliziter Ansprache der Familien als Zielgruppe (für die es leider derzeit keine qualitativ ansprechenden Unterkünfte gibt) das qualitätszertifizierte Park Hotel Schloss Rattey mit seinem Angebot an regionalen Produkten als Unterkunft gewählt. Hier stehen insbesondere für größere Familien eigene Ferienhäuser zur Verfügung, die das gemeinsame Erleben intensivieren. Von hier sind der Galenbecker See als auch die Brohmer Berge auf gut ausgeschilderten Wegen gut zu erreichen und zu erkunden. Ein Wellnessbereich bedient die Ansprüche der gestressten Großstädter nach Entspannung mit Verwöhncharakter.

Eine Kutschfahrt (Anbieter ist „Postkutsche24“ in Woldegk<sup>139</sup>) in die Windmühlenstadt Woldegk macht die Landschaft und Natur mit einem alternativen Fortbewegungsmittel zum Erlebnis und stellt die regionalen kulturhistorischen Besonderheiten der Mecklenburgischen Kaltblutpferde in Szene. Dabei sind sowohl die kulturhistorisch wertvollen fünf Windmühlen als auch die Lage am Fuße des Helpter Bergs, der höchsten Erhebung Mecklenburg-Vorpommerns, touristisch in Szene setzbar. Als weiteres Fortbewegungsmittel ist der Transporter vorgesehen, da es bei diesem Angebot hauptsächlich um das Beisammensein und den gemeinsamen Umgang mit der Natur als Thema und Kulisse geht, weniger um die Bewegung in der Natur.

Auf dem ehemaligen alten Bauernhof und jetzigen Ausstellungsgelände „Huus un Acker“ in Schwichtenberg können bäuerliche Wohnräume, Scheunen und Ställe, bäuerliche Wirtschafts- und Hausgeräte sowie Ausstellungsräume mit Darstellung der traditionellen Lebens- und Bauweisen der Region, eine nachgestaltete alte Dorfschmiede und eine Stellmacherein, außerdem ein funktionstüchtiges Mahlwerk aus der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts entdeckt werden. Daneben laden Gartenabteilungen mit Heil- und Gewürzpflanzen, Gemüse, Zierpflanzen und einer Streuobstwiese sowie eine Erlebnisim-

<sup>139</sup> [www.postkutsche24.de](http://www.postkutsche24.de) (Abruf 13.09.2012)

kerei zum Besuch ein; alte dörfliche Traditionen und traditionelles Handwerk können wiederentdeckt und somit eventuell Kindheitserinnerungen geweckt werden. Ein mecklenburgischer Steinbackofen kann zum Backen von kulinarischen Köstlichkeiten wie Brot und Kuchen verwendet werden.

Die im Angebot inkludierten Workshops führen den Teilnehmer in Form von kulinarischen Sinneserlebnissen und Eindrücken die natürlichen Besonderheiten und das Ursprüngliche der Region vor Augen, wobei sowohl Großeltern, Eltern als auch Kinder ihre Erfahrungen und Eindrücke sammeln/ einbringen sowie gemeinsam etwas Kreatives entwickeln können. Kochen und essen bedeutet Lebensfreude, wobei die Freude am gemeinsamen Handeln im Mittelpunkt stehen soll. Zusammen kochen und essen macht Spaß, ist Genuss, verbindet und ist viel mehr als nur das schnelle Zubereiten von Nahrung. Man lernt neue Gerichte, hochwertige Lebensmittel, raffinierte Zubereitungstechniken, kleine Tricks und Kniffe, alte Sorten und traditionelle Rezepte kennen und kann die essbare Natur erkunden. Da die Workshops je nach Jahreszeit örtlich und inhaltlich variieren können, gibt es diesbezüglich auch verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten, wie z. B. ein Outdoor-Cooking auf dem Freilichtmuseumsgelände in Schwichtenberg, Kochen mit essbaren Wildpflanzen, Kochen nach alten Rezepten oder in den Räumlichkeiten eines historischen Gebäudes.

Durch die z. B. jahreszeitlich bedingten, Themen der Workshops ist es naheliegend, ein Thema kulinarisches Erleben von Früchten und Gemüse in der Ernte- und somit Herbstsaison anzubieten oder auch das Thema Wildnis in Form eines Wildniskurses mit Wildkräutern und Wildtieren in Wildtierland Gut Klepelshagen z. B. im Frühling. Das Erleben von Seetieren hingegen kann zu allen Jahreszeiten angeboten werden. Informationen zum Heranführen von Kindern an die Natur, die Durchführung von Workshops mit dem Thema „Kulinarisches aus der Natur“ sowie zur Durchführung von Aktivitäten für & mit Kinder(n) findet sich z. B. unter dem Thema LandArt für Kinder – sinnliche Erlebnisse mit Naturmaterialien<sup>140</sup>.

Bei einer sonntäglichen Waldrallye erkunden die Gäste als gemeinsames Team (bei 16 Teilnehmern je 2 Gruppen) auf eigene Faust den Wald der Brohmer Berge rund um das Wildtierland Gut Klepelshagen. Hier sind hervorragende infrastrukturelle Voraussetzungen für die touristische Erlebbarkeit gegeben. Ausgestattet mit Karte und Kompass, einem Tourbuch mit der Wegbeschreibung sowie einer Digitalkamera zur Dokumentation der Tour gilt es unterwegs und im Team, verschiedene Aufgaben zu lösen. Dabei ist sowohl Kreativität und Orientierungssinn als auch Kommunikation unter den Teilnehmern gefordert. Es geht darum, sich miteinander abzustimmen, die unterschiedlichen Stärken des Einzelnen zu nutzen und etwas gemeinsam anzupacken. Aktives Naturerleben mit unterhaltsamen Teamaufgaben steht hier im Mittelpunkt. Das Ziel der Waldrallye ist

<sup>140</sup> GÜTHLER, A.; LACHER, K. (2005): Naturwerkstatt Landart. Ideen für kleine und große Naturkünstler. AT Verlag, Baden und München 2005. Das Buch „Kulinarisches aus der Natur. Suchen – Sammeln – Zubereiten“ von SCHMITT, B. & SCHAUSTEN, H. (2002) präsentiert essbare heimische Pflanzen mit dazu passenden Rezepten.

unbekannt, wobei keine GPS-Technik, sondern Karte und Kompass für die Entdeckungstour bzw. die Zielfindung ausreichend sind. Das Tourbuch gibt Schritt für Schritt Hinweise, in welche Richtung es weitergeht. In der Tourtasche findet man nützliche Ausrüstungsgegenstände, um unterwegs die Team-Aufgaben zu lösen und dabei Punkte zu sammeln.

Im Anschluss an die Tour sollen sich die Teilnehmer mit einem ausgiebigen Abschlussbuffet stärken, ihre Tourbücher mit den Aufgabenlösungen auswerten und eventuell das Siegerteam küren. Dabei werden in gemeinsamer Runde die schönsten, unterwegs aufgenommenen Fotos gezeigt. Die Fotos werden im Nachgang zur Waldrallye auf DVD gebrannt und den Gästen als Erinnerungsstück mitgegeben.

### **Programm im Einzelnen**

- 
- |                   |  |
|-------------------|--|
| 1. Tag: Freitag   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bei der Anreise mit der Bahn gibt es einen Bringe- und Abholservice vom nächstgelegenen Bahnhof (Pasewalk, Jatznick, Strasburg oder Neetzka)</li> <li>▪ Der Abend ist zur individuellen Gestaltung und Erkundung der Schloss- und Weinanlagen gedacht. Für die Kinder gibt es eine Kinderbetreuung evtl. mit anschließendem Lagerfeuer.</li> <li>▪ Ein abendliches 3-Gang-Menü in gemütlichem Ambiente mit heimischen Produkten aus Wald und See lässt den ersten Abend in Ruhe und von Alltagsstress befreit ausklingen.</li> </ul>  |
| <hr/>             |  |
| 2. Tag: Sonnabend | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Der Vormittag wird durch eine Fahrt mit der Postkutsche (Mehrspanner) vom Park Hotel Schloss Rattey zur Windmühlenstadt Woldegk und dem dortigen Pferdehof erlebt.</li> <li>▪ Zurück geht es mit dem Kleinbus in das Museumsdorf Schwichtenberg, wo nach einem kleinen Picknick aus dem Außenbackofen des Freilichtmuseums „Von Huus un Acker“ ein saisonal thematischer, kulinarischer Workshop mit Kostproben und intensiven Erläuterungen zum jeweiligen Thema mit Verbindung zur Region und deren naturräumlichen Besonderheiten (Pflanzen, Tiere) stattfindet.<br/>Es bleibt auch genügend Zeit, das Freilichtgelände individuell zu entdecken.</li> <li>▪ Auf der Rückfahrt wird den Familien / Gästen der Galenbecker See in seiner ganz individuellen abendlichen Stimmung durch einen Spaziergang auf dem Schilfweg bis zur Aussichtskanzel bei Galenbeck nahe gebracht.</li> <li>▪ Der Abend klingt mit einem gemeinsamen Grillen am Feuer an den Ferienhäusern der Schlossanlage aus.</li> </ul> |
| <hr/>             |  |
| 3. Tag: Sonntag   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nach dem Frühstück geht die Fahrt in die Brohmer Berge zum Wildtierland Gut Klepelshagen, wo eine Waldrallye die ganze Familie in Teams zu je ca. 8 Personen ein vorher nicht genanntes Ziel mit zusätzlich gereichten Hilfsmitteln erreichen lässt.</li> <li>▪ Um die Mittagszeit wird auf dem Gelände des Wildtierlandes ein großes Abschlusspicknick mit regionalen Spezialitäten (Fisch aus dem Galenbecker See oder Wild aus den Brohmer Bergen) und der Auswertung der Waldrallye veranstaltet.</li> <li>▪ Die Rückfahrt zum Hotel und anschließender Transportservice zum nächsten Bahnhof beschließt das gemeinsame familiäre Naturerlebnis.</li> </ul>   |
- 

### **Mögliche Akteure / Ansprech- bzw. Kooperationspartner**

<b>Gesamtangebot:</b>	Buchung und Kontakt über TV Brohmer Berge, e. V., Telefon: 039753 22584, Email: info@brohmerberge.com
<b>Übernachtung:</b>	Park Hotel Schloss Rattey, Telefon: 03968 255010 Email: info@schlossrattey.de

---

---

**Anbieter für Fahrten mit der Postkutsche:** Postkutsche 24 mit Sitz in Woldegk, Kontakt über:  
Friedrich-Ernst Wilfarth, Telefon: 03963 211998,  
Fax: 03963 211955, Email: info@postkutsche24.de

---

**Anbieter für Shuttleservice / Rundfahrten:** TAXI Schulz in Strasburg, Telefon: 039753 22222,  
Email: info@taxi-schulz-22222.de

---

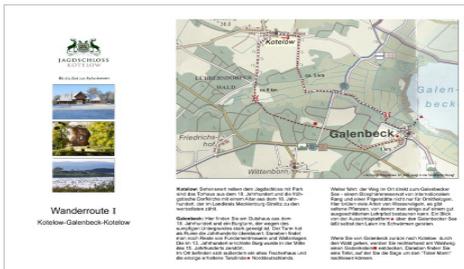
**Museum und Ausstellung Schwichtenberg:** Museumsdorf Schwichtenberg,  
Telefon: 039607 264858,  
Email: Museumsdorf-Schwichtenberg@gmx.de

---

### ***Voraussetzungen und Anforderungen***

Voraussetzung ist die Zusammenarbeit der einzelnen Leistungsträger (Unterkunft, Kutschfahrt, Museumsdorf) und die Abstimmung untereinander. Außerdem müssen die Zuständigkeiten und Öffnungszeiten des Museumsdorfes in Schwichtenberg geklärt und Workshopleiter mit entsprechenden Arbeitsmitteln organisiert werden. Zusätzlich müssen die Verantwortlichkeiten für die Organisation der Waldralley und die Bereitstellung der beschriebenen, benötigten Hilfsmittel festgelegt werden. Ebenfalls muss die Möglichkeit eines Transports für die Rundfahrten sowie den Shuttleservice vom und zum Bahnhof eruiert werden.

### 5.3 Angebotsbeispiel 2



Quelle: eigene Bilder, [www.jagdschloss-kotelow.de](http://www.jagdschloss-kotelow.de),  
[www.museumsdorf-schwichtenberg.de](http://www.museumsdorf-schwichtenberg.de)

#### „See Erleben – im Königreich der Vögel“

##### Zielgruppe:

Naturbeobachter als Individualreisende

##### Anreise und Dauer:

Kurzurlaub individuell gestaltbar, hier Angebot für 3 Tage

##### Leistungen / Bausteine:

- Unterbringung: Jagdschloss Kotelow mit Frühstück
- Begrüßungstrunk
- Möglichkeit Transfer vom / zum nächstgelegenen Bahnhof
- individuelle Erkundungstour rund um Kotelow (vom Gastgeber bereit gestelltes Informationsmaterial mit Rad- und Wandertouren)
- Seenrundfahrt Galenbecker See und fachkundige Führung mit Natur- und Landschaftsführer zu Geologie, Flora/ Fauna, Nutzungs- bzw. Entwicklungsgeschichte
- Besichtigung der Naturschutzstation und ehemaligen Vogelberingung Heinrichswalde
- Imbiss beim Fischer am Galenbecker See
- Seenrundfahrt durch die Brohmer Berge mit Demenz-, Schmiedegrund-, Schönhauser-, Brohmer Stausee
- Seepicknick
- Fahrt mit der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn von Schwichtenberg

##### Möglicher Kontakt und Buchung:

TV Brohmer Berge e. V., Telefon: 039753/22584,  
Email: [info@brohmerberge.com](mailto:info@brohmerberge.com)

### **Leistungsbeschreibung:**

Bei der Entwicklung eines "Seeerlebens" sind insbesondere die Bestandteile einer Führung mit einem zertifizierten Landschaftsführer sowie das direkte Seeerlebnis mit Kontakt zu den für den Galenbecker See typischen Seetieren zu inkludieren. Hierbei können die Nachfragebedürfnisse nach Wissensvermittlung und direktem Kontakt zu der heimischen und besonderen Flora und Fauna der Region bedient werden. Thematisch können bei diesem Angebot Inhalte wie „Mensch als Natur- und Landschaftsgestalter“ (Kulturgeschichte der Friedländer Großen Wiese, Brohmer Stausee) sowie „Der Natur auf der Spur – Naturbeobachtung“ (Galenbecker See mit Flora und Fauna und eiszeitliche Spuren in der Landschaft) erlebbar gemacht werden.

Das Datum sowie die Länge der Kurzreise ist aufgrund der Zielgruppe Naturinteressierte/ Beobachter/ Ornithologen individuell gestaltbar. Das beispielhafte Angebot ist für drei Tage konzipiert.

Als Unterkunft für diese Individualreise eignet sich das Jagdschloss Kotelow, welches auf qualitativ hochwertigem Niveau Unterkunft in stilvollem Ambiente und in begrenztem Kontingent anbietet. Auch ist der Weg zum Galenbecker See recht kurz, was ein abendliches Erlebnis des Sees ermöglicht.

Bei diesem Angebot steht das kulinarische Erleben aus den umliegenden Seen und in natürlicher Umgebung im Vordergrund. Ein reichhaltiges Angebot heimischer und frisch zubereiteter Fische wie Aal, Karpfen, Rotbarsch, Zander oder Hecht kann in der Fischerei Neumann am Galenbecker See mit Blick auf den See genossen werden.

Die Führung sollte durch einen qualifizierten Natur- und Landschaftsführer erfolgen, wobei jedoch auch Ortskundige mit entsprechender Aneignung engagiert werden können.<sup>141</sup> Dabei können insbesondere die natur- und kulturlandschaftlichen Potenziale der Friedländer Großen Wiese und des Galenbecker Sees in Wert gesetzt werden. Der Galenbecker See gehört aufgrund seiner außergewöhnlichen Biodiversität zu den ältesten NSG Deutschlands und lockt Naturbeobachter und speziell Vogelkundler mit seiner reichhaltigen Fauna wie Seeadler, Blaukehlchen, Eisvogel, verschiedenen Otterarten oder Kranichen. Die Friedländer Große Wiese kann als bedeutsames Niedermoorgebiet auf eine einschneidende Kulturgeschichte verweisen und ist heute ein wichtiges Rast- und Überwinterungsgebiet, Brutgebiet für zahlreiche Wat- und Wasservogelarten sowie mit zahlreichen gefährdeten und vom Aussterben bedrohten Pflanzenarten bestückt.

<sup>141</sup> nähere Informationen zu Planung und Durchführung von Führungen gibt das Handbuch für Schutzgebietsbetreuer (<http://www.bundesverband-naturwacht.de>, Abruf 21.09.2012). Für die Vogelbestimmung gibt es z. B. ein Vogelstimmenquiz für Anfänger und Experten oder ein „Birdquiz“ (<http://www.nabu.de/tiereundpflanzen/voegel/portrait/quiz.html>, Abruf 21.09.2012). Außerdem sind in der Dokumentation „Kulturlandschaft sehen und verstehen“ des Vereins „Bund für Heimat und Umwelt“ (BHU) Qualitätskriterien für die Führung von Exkursionen zu finden (<http://www.bhu.de/bhu/content/de/publikationen/liste/pages/1207914929.xml>, Abruf 21.09.2012). Ebenso können Informationen zum Thema Naturfotografie zu technischen Details sowie zu beachtenden Verhaltensregeln eingeholt werden (<http://www.tierundnatur.de>, Abruf 21.09.2012). Potenzielle Landschafts- und Naturführer können das vom Landesverband für Vogelschutz in Bayern vermarktete Sortiment an nützlichen Utensilien von Bestimmungsbüchern über Spiele bis zu Lupen unter <http://www.lbv-shop.de/> nutzen.

## Programm im Einzelnen

1. Tag:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nach der Ankunft im Jagdschloss Kotelow und einem Begrüßungstrunk ist die Möglichkeit individueller Erkundungen per Rad oder zu Fuß rund um Kotelow gegeben. Hierfür stehen ausgearbeitete Rad- und Wandertouren zur Verfügung. Außerdem kann ein Ausflug zum individuellen Erleben des abendlichen Galenbecker Sees unternommen werden.</li> <li>▪ Ein köstliches Abendessen, handgemacht und mit frischen Zutaten der Region zubereitet, lässt den ersten Abend in Ruhe ausklingen.</li> </ul>
2. Tag:	<p>Eine ganztägige Seenrundfahrt in der Region Galenbeck sowie Brohmer und Helpter Berge mit Galenbecker See, Lübkowsee, Brohmer Stausee, Schmiedegrundsee, Demenzsee sowie Schönhauser See macht das Naturerleben zu einem einmaligen Ereignis, insbesondere für Touristen aus Seen armen Regionen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Am Vormittag geht die Fahrt nach Heinrichswalde, wo die ehemalige Vogelberingungsstation besucht wird. Mit einem Landschaftsführer wird der Galenbecker See von allen möglichen Seiten „beschaut“ und mit den Themen Entwicklungsgeschichte Galenbecker See und Friedländer Große Wiese, die Bedeutung als Naturschutz- und Natura 2000-Gebiet sowie als Vogelzug- und Rastgebiet angereichert.</li> <li>▪ Den Mittagsimbiss genießen die Gäste beim Fischer in Heinrichswalde am Galenbecker See. Dort gibt es heimischen und frisch zubereiteten Fisch inklusive Blick auf den Galenbecker See.</li> <li>▪ Am Nachmittag sind die weiteren Seen der Region – Schmiedegrundsee, Demenzsee, Schönhauser See inklusive Hintergrundwissen Bestandteil der Tour. Ein Besuch des Park Hotels Schloss Rattey ist mit einem Kaffee &amp; Kuchen – Genuss (bei gutem Wetter im Park) sowie der Besichtigung der Weinärten und Parkanlage verbunden.</li> <li>▪ Anschließend wird die Brohmer Talsperre / der Brohmer Stausee als nördlichster deutscher Stausee erkundet und erlebt.</li> <li>▪ Beim Abendessen und am lodernden Kaminfeuer im Jagdschloss Kotelow können die Gäste ihren Eindrücken freien Lauf lassen.</li> </ul>
3. Tag:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nach dem Frühstück geht es mit der Mecklenburg-Pommerschen Schmalspurbahn auf Fahrt durch die Eiszeitlandschaft und wird mit einem Besuch der die Region prägenden eiszeitlichen Gesteinsformationen im Findlingsgarten in Schwichtenberg ergänzt.</li> <li>▪ Ein romantisches Seepicknick am Mittag am Lübkowsee regt die Sinne an und beschließt das „Seelerleben“.</li> </ul>

## Mögliche Akteure / Ansprech- bzw. Kooperationspartner

<b>Gesamtangebot:</b>	Buchung und Kontakt über TV Brohmer Berge, e. V., Telefon: 039753 22584, Email: info@brohmerberge.com
<b>Übernachtung:</b>	Jagdschloss Kotelow, Telefon: 3960726570, Email: info@jagdschloss-kotelow.de
<b>Anbieter für Fischimbiss:</b>	Fischerei Neumann, Herr Neumann, Dorfstraße 133, 17379 Heinrichswalde, Telefon: 039772 20482
<b>Anbieter für Seepicknick (am Lübkowsee):</b>	Gaststätte „Melittas Seeblick“, Am Lübkower See, Telefon: 0173 9333723
<b>Angebot an landschafts- und naturkundlichen Führungen:</b>	Verein zur Rettung der Seevögel Jordsand e. V., Kontakt über: Herrn Harder, Telefon: 04102 519894, Fax: 04102 31983, Email: Thorsten.Harder@jordsand.de
<b>Anbieter für Shuttleservice / Rundfahrten:</b>	TAXI Schulz in Strasburg, Telefon: 039753 22222, Email: info@taxi-schulz-22222.de

---

**Fahrt mit der Mecklenburg-Pommerschen Eisenbahn (MPSB):**

Mecklenburg-Pommersche-Schmalspurbahn Freunde e. V.  
Schwichtenberg, Telefon: 0173 4672347,  
Email: info@mps.de, Ansprechpartner Herr Milster

---

### **Voraussetzungen und Anforderungen**

Um das Angebot buchbar zu machen, müssen sich die einzelnen Leistungsträger verständigen und kooperieren. Mit dem Fischer in Heinrichswalde sowie der Gaststätte „Melittas Seeblick“ am Lübkowsee sind die Öffnungszeiten und das Arrangement für ein Seepicknick abzustimmen. Der Verein Jordsand könnte sich zukünftig im Bereich erlebnisorientierter Führungen spezialisieren und als verantwortlicher Akteur auftreten. Einhergehend damit sollte auch die ehemalige Vogelberingungsstation ansprechend gestaltet werden. Außerdem sollten mit den Akteuren der MPSB Zugänglichkeit und Fahrtzeiten abgeklärt werden.

### **5.4 Vertriebswege**

Da im Untersuchungsraum keine Reiseveranstalter ansässig sind, sollte die Koordination der Vertriebskanäle zum einen vom etablierten Tourismusverein Brohmer Berge e. V. übernommen werden. Auch die Touristinformationsstellen Friedland und Woldegk im weiteren U-Raum können über telefonischen bzw. Email-Kontakt sowie durch persönliche Beratung Direktvermarkter der Angebote sein. Allerdings ist dafür die serviceorientierte Anpassung der Öffnungszeiten, die persönliche Vorstellung des Angebots durch die Mitarbeiter sowie die Bereitstellung von entsprechenden Infomaterialien notwendig. Über eine Kooperation mit dem NP ASH kann die Buchbarkeit der Angebote ebenfalls ermöglicht werden, da die Internetpräsenz von Nutzern mit speziellem Interesse am Naturpark bzw. an der Natur besucht wird. Der Direktvertrieb sollte auch durch Auslage von Broschüren bzw. Flyern in den regionalen Unterkunfts- und Gastronomieeinrichtungen erfolgen.

Reiseveranstalter in Berlin (bzw. anderen Großstädten) mit thematischem Bezug zum Naturerleben und der Zielgruppenorientierung Familien und Best Ager, aber auch der Verein Jordsand mit Sitz in Ahrensburg, der bereits Reisen in die Region Galenbecker See anbietet, sind als Kooperationspartner einzubeziehen. Außerdem gibt es den regionalen Reiseveranstalter „Becker-Strelitz Reisen“ mit Sitz in Neustrelitz, der auch Ziele und Angebote der Region Mecklenburgische Seenplatte in seinem Angebotskatalog inkludiert.

Als indirekte Vertriebskanäle sollten unbedingt die regionalen TV Mecklenburgische Seenplatte sowie TV Vorpommern e. V genutzt werden. Außerdem ist der Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern als Kooperationspartner für die Vermarktung dieses Angebotes anzusprechen. Die Zielgruppenorientierung auf Familien steht im Einklang mit der des TV, der Familien und Best Ager als zwei seiner Hauptzielgruppen vermarktet.

## 5.5 Kommunikationswege

Die Kommunikation der Angebote kann bisher unter keiner einheitlichen Dachmarke der Region Galenbecker See erfolgen. Die Angebote können jedoch auch ohne eigene Dachmarke buchbar gemacht werden. Hierfür ist die im Maßnahmenkatalog aufgeführte Schaffung einer einheitlichen Identität und eines Slogans / Logos oder aber die Einbindung in den überregionalen TV Mecklenburgische Seenplatte oder den NP ASH von entscheidender Bedeutung bzw. eine Voraussetzung. Dann können die Angebote und Pauschalen in die Vermarktung unter dieser Dachmarke einfließen und entsprechend zielgruppengerecht kommuniziert werden. Im Bereich Öffentlichkeitsarbeit sollte die Medienarbeit über den Pressedienst der regionalen TV erfolgen. Hier sollten Themen für redaktionelle Beiträge vorgeschlagen werden, da Pressemitteilungen hier gebündelt werden. Die Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Medien bzw. Pressevertretern von Nordkurier, Neue Friedländer Zeitung, Landbote Woldegk, aber auch NABU oder „Schrot und Korn“ sollte angestrebt werden.

Beworben werden können die Angebote sowohl auf den bereits erwähnten Webseiten der TV und anderer Medien, aber auch in deren Katalogen, beispielsweise „Erlebnis-Reich Natur“, „Urlaub mit Kind und Kegel“, „Urlaub im Land der tausend Seen“ oder „Urlaubskatalog Vorpommern“ als auch in speziellen überregional vertriebenen Fachzeitschriften wie „Verträglich reisen“ (<http://www.vertraeglich-reisen.de>) oder „Seenland“ (<http://www.magazin-seenland.de>).<sup>142</sup>

---

<sup>142</sup> Näheres zum Thema Marketing bzw. zur Kommunikation von Angeboten, insbesondere auch von Spezialangeboten im Nischensegment Naturbeobachtung (Ornithologen) im Kapitel 6 „Vermarktung“



## 6 Exkurs – Vermarktung

### 6.1 Allgemein

Für eine erfolgreiche Vermarktung der Region Galenbecker See als naturtouristische Destination ist eine klare regionsbezogene Positionierung und damit die Formulierung einer eindeutigen Botschaft an den Gast von hoher Bedeutung. In der künftigen Ausrichtung der Entwicklung gilt es, sich als geschlossene Einheit zu präsentieren und parallel eine Marke aufzubauen, die das eigene Image dem (potenziellen) Gast gegenüber transparent kommuniziert. Wichtige Ziele im Marketing sind dabei die:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Region,
- Schaffung eines positiven Images,
- Steigerung der Gästezahlen und der Angebotsqualität,
- Verlängerung der Saison.

Die Marketingmaßnahmen, die die genannten Marketingziele unterstützen und in einem Maßnahmenkatalog zusammengefasst sind, müssen die gewünschte Zielgruppe erreichen und optimal aufeinander abgestimmt sein, um die bestmögliche Wirkung zu generieren. Eine genaue Kenntnis der Zielgruppen und ihrer Lebensstile ist daher notwendig. Welche Maßnahmen zum Einsatz kommen bedingen u. a. folgende Kriterien:

- Budget,
- Aufwand beim Einsatz der Instrumente,
- Zielgruppen.

### 6.2 Interne Kommunikation

Ein effizientes Innenmarketing ist das Fundament der erfolgreichen Vermarktung einer jeden Region. Zu den Kernpunkten zählen dabei die Information und Kommunikation, denn gemeinsam erarbeiteten Entwicklungsstrategien und -zielen muss Leben eingehaucht werden, um in der Konsequenz ein möglichst starkes WIR-Gefühl innerhalb der Region zu erzeugen und ein Bewusstsein für die optimale Nutzung der vorhandenen touristischen Potenziale zu entwickeln.

Dabei unterstützt der Aufbau eines aktiven, dynamischen und eng kooperierenden Netzwerkes aus Leistungsträgern, Verbänden und Verwaltung. Der verstärkte Informationsaustausch, die Unterstützung von Projektgruppen und kreativen Einzelideen aber auch die Beteiligungsmöglichkeiten im Innen- und Außenmarketing fördern den Zusammenhalt und die Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung, stärken die Destination im Wettbewerb und ermöglichen darüber hinaus die optimale Bündelung der vorhandenen Ressourcen. Ebenso kann durch die enge Zusammenarbeit eine verbesserte Abstimmung in der Angebotsentwicklung sowie die Sicherung bzw. Steigerung der Qualität herbeigeführt und damit ein Beitrag zur Verbesserung der Gästezufriedenheit erlangt werden. Damit

stellt ein effektives Innenmarketing sogleich die Basis für die Ansprache privater und öffentlicher Investoren dar, die die Weiterentwicklung der Tourismusregion Galenbecker See positiv befördern.

Die Schaffung eines einheitlichen und prägnanten Erscheinungsbildes (Corporate Identity) bildet vielfach einen ersten Schritt in der Gestaltung des Innen- und Außenmarketings. Ziel ist es:

- eine bestmögliche Übereinstimmung des Profils und der Qualität des Gesamtproduktes herbeizuführen sowie
- ein profiliertes und klar definiertes Bild im Bewusstsein des potenziellen Gastes zu verankern.

Ein wesentliches Element der Corporate Identity ist die Erarbeitung eines Corporate Designs – die visuelle Identität der Region unter Verwendung einheitlicher typographischer Elemente wie Signet, Logo oder Slogan. Es visualisiert das Selbstverständnis einer Destination und bewirkt durch seine koordinierende Funktion, dass die Kooperationspartner eine eigene Identität entwickeln und zugleich ihre Aktivitäten unter einem gemeinsamen Dach vermarkten können. Ziel des einheitlichen Erscheinungsbildes ist es somit, die schnelle Erkennbarkeit, Zuordnung und Durchsetzbarkeit einer Botschaft zu gewährleisten. Die regelmäßige Anwendung des Corporate Designs auf allen internen und externen Kommunikationsmitteln (wie z. B. Beschilderungen, Werbemitteln, Geschäftspapieren oder Verpackungen) ist jedoch eine notwendige Voraussetzung für die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination Galenbecker See und kann schlussfolgernd den nachhaltigen Erfolg als Naturtouristische Region beschleunigen.

Möglichkeiten zur Förderung der internen Kommunikation stellen darüber hinaus folgende ausgewählte Maßnahmen dar:

- regelmäßiger Stammtisch für die Akteure im Tourismus sowie bei Bedarf angrenzender Bereiche (Naturschutz, Kultur, Gesundheit,...)
- Einrichtung der Stelle eines Netzwerkkoordinators / Projektmanagers (evtl. Gründung eines Fördervereins oder Ausbau der Koordinierungsstelle Brohmer Berge e. V.)
  - Aufbau thematischer AGs
  - Betreuung des gemeinsamen Internetauftritts
  - Beantwortung von telefonischen Anfragen und E-Mails
  - Pressearbeit und ggf. Schaltung von Anzeigen
  - Einladung und Vorbereitung interner Treffen
  - regelmäßige Versendung von Infomails/ Newsletter an alle touristischen Akteure (bzw. themenbezogene Aussendung)

- Organisation themenrelevanter Events
- gemeinsame Darstellung aller beteiligten Ortschaften und Unternehmen in einer Imagebroschüre & gemeinsame Nutzung eines im Corporate Design gestalteten Folders durch alle Leistungsträger

### **6.3 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Die Öffentlichkeitsarbeit wird heute kurz mit dem Management von Kommunikation gleichgesetzt, d. h. der Organisation von Kommunikationsprozessen zwischen relevanten Akteuren und Bezugsgruppen wie z. B. Leistungsträger, Gast, Einwohner. Im Fokus der Arbeit stehen hier v. a.:

- die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination,
- die Gewinnung neuer Zielgruppen & Erschließung neuer Märkte,
- der Aufbau, die Verbesserung oder Änderung des eigenen Images sowie
- die aktive, nach außen gerichtete Kommunikation der eigenen Stärken.

Zur klassischen Pressearbeit gehören neben dem Schreiben und Verbreiten von Pressemitteilungen und Themenbeiträgen die Themenplanung und das Themenmanagement, die Organisation von Pressekonferenzen, das Beantworten von Presseanfragen, die Durchführung von Journalistenreisen und Interviews sowie die Internetbetreuung. Grundlegend wichtig ist die Herstellung und Pflege von Kontakten zu Multiplikatoren, um über diese die relevanten Zielgruppen effizient anzusprechen und kontinuierlich zu informieren. Einer gezielten Pressearbeit ist daher eine hohe Priorität einzuräumen.

#### ***Aufbau des Presseverteilers***

Um Pressemitteilungen erfolgreich in Redaktionen platzieren zu können, ist eine gezielte Vorarbeit notwendig, die das Risiko der Nicht-Wahrnehmung und Streuverluste minimiert. Die gute Datenqualität ist dabei Voraussetzung. Die Recherche der Kontaktdaten kann anhand öffentlich zugänglicher Quellen erfolgen, sollte jedoch immer durch persönlichen Kontakt und persönliches Nachfassen in den Redaktionen ergänzt werden, um die persönliche Emailadresse und Telefonnummer des Redakteurs zu erhalten. Für die Datenbank sollten folgende Angaben recherchiert werden:

- Stammdaten der Zeitung (Print) bzw. des Mediums (WWW, Hörfunk, Fernsehen)
  - Titel der Zeitung, Internetseite, Sendung
  - Mediadaten (Erscheinungsweise, Verbreitungsgebiet, Auflage, Einschaltquote/ Reichweite, Zielgruppe)
  - Homepage
  - Verlagsanschrift
  - Redaktionsanschrift & Chefredakteur

- zuständige Redaktion(en)
- Chefredakteur des Ressorts
  - Name, Vorname, Telefon, Fax, E-Mail (dienstlich)
- zuständige Redakteure und Fotografen
- Informationen zur Redaktionsarbeitsweise
- Redaktionskonferenz (Tag, Uhrzeit)
- Redaktionsschluss
- Verteilerkategorie (z. B. Wirtschaft, Gesellschaft, Sport, Vorbericht/Nachbericht, Hintergrundberichte)
- gewünschte Zustellung der Pressemitteilung
- Foto ja/nein

Eine Zusammenstellung relevanter Fach-/ Special Interest Magazine wird nachfolgend dargestellt:

#### Reisezeitschriften

Verträglich Reisen – Magazin für Reisen und Umwelt  
Fairkehr Verlagsgesellschaft mbH  
Niebuhrstr. 16b  
53113 Bonn  
  
Tel. 0228/ 9858545  
Fax. 0028/ 9858550  
E-Mail: redaktion@fairkehr.de

ADAC Verlag GmbH  
Anzeigenabteilung ADAC reisemagazin  
Hansastraße 19  
80686 München  
Telefon (0 89) 76 76-47 14  
Telefax (0 89) 76 76-47 01  
anzeigen@adac.de  
www.media.adac.de  
Postanschrift: 81365 München

Geo Saison  
Gruner + Jahr  
Am Baumwall 11  
20459 Hamburg  
Tel. 040/ 370303712  
Fax. 040/ 37035680  
E-Mail: ockelmann.monika@geo.de

Urlaub Perfekt  
FVW Mediengruppe  
Verlag Dieter Niedecken GmbH  
Wandsbeker Allee 1  
22041 Hamburg  
Telefon +49 40 41448-0  
Telefax +49 40 41448-999  
info@fvw-mediengruppe.de

Reise & Preise  
Reise und Preise Verlags GmbH  
Hauptstr. 14  
21614 Buxtehude  
E-Mail: redaktion@reise-preise.de

Urlaub Tipp (Reisebüro Kundenzeitschrift)  
H&P Verlag e.K.  
Robert-Blum-Str. 21  
D-51373 Leverkusen  
Tel.: +49 214 86842-60  
Fax: +49 214 86842-69  
Web: www.hp-verlag.de

### Reisezeitschriften

Abenteuer und Reisen  
abenteuer und reisen' | wir lieben fernweh  
Dieselstraße 36  
63071 Offenbach  
Redaktion  
Telefon: 069/ 981 904 – 30  
Telefax: 069/ 981 904 – 12

Anzeigenabteilung  
Telefon: 069/ 98 19 04 – 53  
Telefax: 069/ 98 19 04 – 75

GEO Special  
Gruner + Jahr  
Am Baumwall 11  
20459 Hamburg  
Tel. 040/37030  
E-Mail: geo-service@guj.de

Print-Anzeigen  
Email: Anzeigen@geo.de  
Tel. (040) 3703-3017

---

### MERIAN

Jahreszeiten Verlag Hamburg  
Poßmoorweg 2  
22301 Hamburg

Andreas Hallaschka  
Telefon +49/40/2717-2600  
Telefax +49/40/2717-2628  
E-Mail redaktion@merian.de

---

### Special-Interest Magazine

Vögel – Magazin für Vogelbeobachtung  
Redaktion  
dwj Verlags-GmbH, Redaktion VÖGEL  
Rudolf-Diesel-Straße 46  
D-74572 Blaufelden

Tel. 07953/ 9787-0  
Fax 07953/ 9787-880  
E-Mail: redaktion@voegel-magazin.de  
Website: www.voegel-magazin.de

Anzeigenabteilung  
Jürgen Hofmann, Anzeigenleiter  
Tel.: 07953/ 9787-300  
Fax: 07953/ 9787-881

Outdoor  
Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG  
Leuschnerstr. 1  
70174 Stuttgart

Tel. 0 711 182-01  
Fax. 0 711 182-1779  
E-Mail: info@outdoor-magazin.com

Anzeigenverkaufsleitung  
Sabine Ebert  
Tel. 0711 182-2160  
Fax. 0711 182-1591  
Email: sebert@motorpresse.de

---

### Special-Interest Magazine

aktiv Radfahren  
Fraunhofer Str. 9-11  
85737 Ismaning  
Deutschland

Tel: +49 89 416 15 40 0  
Fax: +49 89 416 15 40 19  
E-Mail: kontakt@bva-bikemedia.de  
Website: www.bva-bikemedia.de

Wandermagazin erscheint im Verlag:  
W&A Marketing & Verlag GmbH  
Rudolf-Diesel-Straße 14  
53859 Niederkassel

Tel. +49 (0) 228 45 95 - 10  
Fax + 49 (0) 228 45 95 - 199  
Email: post@wandermagazin.de

Die Schaltung von Anzeigen in Fachzeitschriften und Tourismusverbandspublikationen ist in der Regel sehr kostenintensiv, so dass der Anzeigenarbeit einer Region grundsätzlich eine umfassende Recherche unter Berücksichtigung der Zielgruppenkompatibilität, Reichweite und Kosten vorausgehen muss.

### **Internet-PR**

Die Platzierung aktueller Informationen in Online-Medien ist heute ebenfalls eine Alternative, die Destinationen mit wachsender Beliebtheit nutzen. Verschiedene Portale bieten Gratis-Veröffentlichungen, so z. B. der Online-Informationdienst für Destinationsmanagement, Tourismusberatung und Attraktionsmanagement auf der Internetpräsenz [www.destinet.de](http://www.destinet.de). Als unabhängiger Branchendienst für DestinationsmanagerInnen und AttraktionsmanagerInnen versorgt das Portal seine Nutzer mit Nachrichten, neuen Entwicklungen und Trends aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Zielgruppen sind dabei Fach- und Führungskräfte in kommunalen und privaten Tourismusorganisationen, Destinations-Management-Organisationen, Attraktionen und Freizeitanlagen, branchennahe Verbände, Politik und Verwaltung, Investoren, Betreiber und Projektentwickler, Studenten und Auszubildende sowie in der Branche tätige Agenturen und Berater.

Weiterhin zu nennen ist das Presse- und Branchenportal der Touristik unter [www.touristiklounge.de](http://www.touristiklounge.de), welches ebenfalls Nachrichtenquelle bei Google News ist. Touristiker können hier branchenrelevante Nachrichten kostenlos einstellen und selbst z. B. Kooperationspartner und Redakteure recherchieren.

Gleichzeitig können sie sich kostenlos in das Branchennetzwerk eintragen. Mitglieder sind: Touristiker, Tourismusunternehmen, Reisebüros, tourismusaffine Branchen.

## **6.4 Flyer- und Broschürenwerbung**

Flyer und Broschüren zählen auch heute noch zu den wichtigsten und am weitesten verbreiteten Printmedien zur Repräsentation einer Region. Sie informieren den (potenziellen) Gast kompakt über die Region und sollen seine Neugier für einen Besuch wecken. Um dieses Ziel möglichst erfolgreich umzusetzen, sind folgende Kriterien als besonders relevant hervorzuheben:

- ansprechende Gestaltung und einheitliche Nutzung des Corporate Designs auf allen Printprodukten
- Widerspiegelung der Region Galenbecker See in den Fotos / Einbindung von Zielgruppenfotos (Authentizität)
- Übersichtlichkeit und klare Strukturen
- Informationstiefe, d. h. Überblicksinformationen zu den Möglichkeiten, die die Region bietet und Angabe von Adressen für nähere Informationen und Buchbarkeit
- Kartenmaterial zur Verortung und Einordnung der Region in den Kontext der Region Mecklenburgische Seenplatte
- gegebenenfalls Einleger für die Bewerbung innovativer und zielgruppenspezifischer angebotener Angebote (kurzfristige Anpassung jederzeit möglich)

Auslage und Versand der regionsspezifischen Flyer und Broschüren (Image bzw. themen-/ angebotsbezogen) bestimmen sich grundsätzlich über die definierten Zielgruppen und Quellmärkte. Je genauer die Platzierung erfolgt, desto höher wird der Grad der Wahrnehmung ausfallen. Für die Region Galenbecker See bieten sich in der Ansprache der Tagesgäste und Ausflügler daher neben den Touristinformationen in Friedland und Strasburg v. a. auch die Tourist- bzw. Stadtinformationen der Städte Neubrandenburg, Greifswald, Anklam, Ueckermünde, Schwedt oder Eberswalde an. Sie liegen im Umkreis von bis zu 90 Minuten Fahrtzeit, die ein Tagesgast durchaus für einen Ausflug bewältigen würde. Ebenso bleibt anzumerken, dass in der Ansprache neuer Quellmärkte (z. B. Polen) die Printmaterialien der Tourismusregion Galenbecker See auch in der Touristinformation Szczecin bereit gestellt werden können.

Voraussetzung ist die Gewährleistung der Mehrsprachigkeit (englisch, polnisch) in der konzeptionellen Umsetzung der Informationsmaterialien.

*Tabelle 31: Touristische Einrichtungen im Umkreis von 90 min Fahrtzeit zur Region Galenbecker See*

<b>Tour. Einrichtung</b>	<b>Adresse / Kontakt</b>
Touristinformation Friedland	Am Marktplatz 1, 17098 Friedland, Tel. 039601/ 22932, E-Mail: info@vredelaender-land.de
Stadtinformation Strasburg	Pfarrstraße 22a, 17335 Strasburg, Tel./Fax 039753/ 20046, (Touristeninformation: Tel.: 039753/ 22584, Postanschrift: Schulstraße 01, 17335 Strasburg)
Touristinformation Neubrandenburg	Stargarder Straße 17, 17033 Neubrandenburg, Tel. 0395/ 19433, Fax: 0395/ 5667661, Email: touristinfo@neubrandenburg.de
Greifswald- Information	Rathaus Arkaden Markt, 17489 Greifswald, Tel. 03834/ 521380, Fax 03834/ 521382
Anklam-Information	Markt 3, D-17389 Anklam, Tel. 03971/ 835154, Fax: 03971/ 835175, E-Mail: info@anklam.de
Touristinformation Unteres Odertal in Schwedt/Oder	Berliner Straße 46/48, 16303 Schwedt/Oder, Tel. 03332/ 2559-0, Fax: 03332/ 255959, Email: touristinfo@unteres-odertal.de

Tour. Einrichtung	Adresse / Kontakt
Tourist-Information Eberswalde	im Museum in der Adler-Apotheke, Steinstraße 3, 16225 Eberswalde, Tel. 03334/64-520, Fax: 03334/64-428, E-Mail: tourist-info@eberswalde.de
Touristinformationszentrum Szczecin	al. Niepodległości 1a, 70-206 Szczecin, Tel. 0048/914340440, Fax: 0048/914338420, E-mail: cit.szczecin@wp.pl

Zudem müssen die Printmedien jeweils auch als PDF online zum Download bereitgehalten werden, da sich der Gast zunehmend über das Internet über potenzielle Reiseziele und ihre Angebote vor Ort informiert.

Flyer und Broschüren können ferner auch im Einzelhandel ausgelegt werden, der die Zielgruppe(n) besonders anspricht. Eine kleine Auswahl an Outdoorshops oder Fahrradgeschäfte ist nachfolgend benannt:

Tabelle 32: Marketing relevante Einzelhandels-Einrichtungen

Einzelhandelseinrichtung	Adresse / Kontakt
Trekkinghaus Greifswald	Lange Straße 34, 17489 Greifswald
Jack Wolfskin Store	Turmstr. 3, 17033 Neubrandenburg, Tel. 0395/ 45555660, Fax: 0395/ 45555662, Email: store.neubrandenburg@jack-wolfskin.com Kulmstraße 30, Einkaufsstraße EG, 17424 Heringsdorf, Tel. 038378/ 497329, Fax: 038378/ 497735, Email: store.heringsdorf@jack-wolfskin.com Dünenstraße 10, 17454 Zinnowitz, Tel. 038377/ 35475, Fax: 038377/ 36328; Email: store.zinnowitz@jack-wolfskin.com
Wellensteyn Store	Seebrücke Heringsdorf, Strandpromenade 1, 17424 Ostseebad Heringsdorf, Tel. 038 378/ 339 677
Citysport	Marktplatz 2, 17033 Neubrandenburg
Nordcamp	Lange Straße 37, 18055 Rostock, Tel. 0381/ 4902204, Fax. 0381/ 4590545, Email: rostock@nordcamp.de
BIKE Market in Rostock – Schutow	Hornissenweg 7, 18069 Rostock, Tel. 0381/ 49020 50, Fax: 0381/ 4902053
BIKE Market in Rostock – Innenstadt	Großer Katthagen 2 – 4, 18055 Rostock, Tel. 0381/ 490 20 50, Fax: 0381/ 490 20 53
Bannat Globetrotter- & Expeditionsausrüstung	Lietzenburger Str. 65, 10719 Berlin-Wilmersdorf, 030/8827601
Fritz Berger GmbH	Fritz-Berger-Str. 1, 92318 Neumarkt, Email: info@fritz-berger.de
Camp 4	Karl-Marx-Allee 32, 10178 Berlin-Mitte, 030-2426634
Camping-Center Lichtenberg	Siegfriedstr. 10, 10365 Berlin-Lichtenberg, 030-5578173
Der Aussteiger	Danziger Str. 41, 10435 Berlin-Prenzlauer Berg, 030-4410414
Globetrotter Ausrüstung	Schloßstr. 78 – 82, 12165 Berlin, Tel. 030/ 8508920, Fax: 030/ 85 11169, Email: shop-berlin@globetrotter.de
Globetrotter Ausrüstung	Wiesendamm 1, 22305 Hamburg, Tel. 040 / 29 12 23, Fax: 040/ 2992380, Email: shop-hamburg@globetrotter.de
Trekking König Hamburg	Colonaden 29, 20354 Hamburg, Tel. (040) 98 76 22 95

Voraussetzung ist die zukünftige Investition in die naturtouristische Infrastruktur der Region (siehe Projektpässe) und die damit einhergehende, zielgruppenspezifische Ange-

botsentwicklung. Printmaterialien, die im oben genannten Einzelhandel präsentiert werden, sollten v. a. konkrete und auf die Zielgruppe zugeschnittene und mit Preisen unterlegte Angebote enthalten, die online bzw. telefonisch gebucht werden können. Diese sprechen im Wesentlichen (Kurz-)Urlauber an, so dass die Auslage in Berlin, Rostock, Hamburg durchaus Ziel versprechend ist.

Für die Region Galenbecker See ist die Entwicklung eines Flyers bzw. einer Broschüre noch nicht geplant. Angedacht ist jedoch die Schaffung einer Angebote-Flyer Box mit Informationen zu in der Region existierenden Angeboten & Highlights sowie handlichen Detailkarten für die Gastgeber der Region als Angebot an ihre Gäste (siehe gleichnamigen Projektpass). Entsprechende Vorrichtungen können in Unterkünfts-/ Gastronomiebetrieben sowie Attraktionen der Region vorgehalten werden.

### 6.5 Zusammenarbeit mit spezialisierten Reiseveranstaltern

Um die touristischen Angebote und Produkte für die Zielgruppen passend dort zu platzieren, wo sie auch gebucht werden, sind entsprechende Kooperationen vonnöten und Partner zu akquirieren, die für die Organisation und den Vertrieb der Angebote in Frage kommen.

Die Ornithologen wurden in der vorangestellten Analyse als eine der Hauptzielgruppen der Destination Galenbecker See definiert. Europa- und weltweit haben sich heute Spezialreiseveranstalter den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe angenommen und organisieren (Klein-)Gruppenreisen, im Rahmen derer die Vogel- und Naturbeobachtung im Fokus steht. Voraussetzung ist, dass entsprechende Produktpakete bzw. -bausteine in der Region vorgehalten werden. Die Reiseveranstalter suchen neben Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten das Besondere vor Ort, d. h. exklusive Inhalte, die speziell für diesen einen Reiseveranstalter zu Produkten geschnürt werden. Die Reisen sind in der Regel teurer als Individualreisen in die entsprechenden Reiseregionen; durch die spezifischen Zusatzbausteine werden sie jedoch interessant für den Endkunden. Die Produkte/ exklusiven Inhalte sollten idealerweise gemeinsam durch lokale Anbieter, Tourismusbüros und Reiseveranstalter ausgearbeitet werden, so dass es gilt, den Reiseveranstalter möglichst frühzeitig einzubinden.

Eine Auswahl an Anbietern inkl. ihrer Philosophie und Kontaktdaten sind nachfolgend aufgelistet:

Tabelle 33: Anbieter für ornithologische Reisen

Zielgruppe	Philosophie	Kontaktdaten
<b>Birdingtours (www.birdingtours.de)</b>		
Naturliebhaber Vogelbeobachter	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Naturgenuss erleben, ohne zu stören</li> <li>▪ hauptsächlich Vogelbeobachtungsreisen innerhalb Europas und benachbarter Regionen</li> <li>▪ besonderes Anliegen: das Entwickeln und</li> </ul>	birdingtours GmbH Franz-Hess-Str. 2 D-79282 Ballrechten

Zielgruppe	Philosophie	Kontaktdaten
	<p>Durchführen von Reisen in Deutschland</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ unterstützt - soweit möglich - Natur- und Vogelschutzprojekte in den besuchten Gebieten</li> <li>▪ hochqualifizierte, begeisternde Reiseleiter</li> <li>▪ bevorzugt familiär geführte Unterkünfte statt großer Hotelketten nimmt, wenn immer möglich, Einfluss auf ökologische Standards</li> </ul>	<p>Tel: 07634 50 49 845 Fax: 07634 50 49 849 E-Mail: info@birdingtours.de</p>
<b>Albatros – Tours: Ornithologische Studienreisen (www.albatros-tours.com)</b>		
Naturliebhaber Vogelbeobachter	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ weltweit naturkundliche Reisen mit ornithologischem (vogelkundlichem) Schwerpunkt in kleinen Gruppen (Teilnehmerzahl: 6 - 7, vereinzelt bis 12 Personen)</li> <li>▪ deutschsprachige Reiseleiter, mit sehr guten ornithologischen Kenntnissen</li> <li>▪ Zusammenarbeit auch mit örtlichen Rangern/ Guides</li> <li>▪ gute Hotels in der Nähe der Exkursionsziele (zur Vermeidung weiter Anfahrtswege in entlegenen Gebieten zudem auch Nutzung sehr einfacher Hotels oder Privatunterkünfte)</li> <li>▪ Besprechung des Programms für den Tag mit der Gruppe am Vorabend</li> </ul>	<p>ALBATROS-TOURS Ornithologische Studienreisen</p> <p>Jürgen Schneider Altengaßweg 13 64625 Bensheim</p> <p>Tel.: +49 (0) 62 51 22 94 Fax: +49 (0) 62 51 64 457 E-Mail: schneider@albatros-tours.com Web: www.albatros-tours.com</p>
<b>Liberty Bird - Ornithologische Reisen (www.liberty-bird.com)</b>		
Naturliebhaber Vogelbeobachter	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ führender ornithologisch – naturkundlicher Reiseanbieter der Schweiz</li> <li>▪ Reisen weltweit</li> <li>▪ Qualität vor Quantität unter dem Motto "Naturerlebnis pur" (zentrale Elemente: das Verweilen vor Ort, das eingehende Studieren und Bestimmen der Vögel)</li> <li>▪ fachkundige, bestausgewiesene Reiseleiter / führende ornithologisch - zoologische Experten mit ausgezeichneten botanischen Kenntnissen; zum Teil lokale Spezialisten</li> <li>▪ Kleingruppen von 5 - 10, seltener bis zu 16 Personen (noch größere Gruppen: zwei Reiseleiter)</li> <li>▪ eigenes Reisebüro, die RB-Reiseberatung AG mit Spezialisierung auf naturkundliche und kulturelle Reisen</li> <li>▪ enge Zusammenarbeit mit dem Schweizer Vogelschutz SVS/ BirdLife Schweiz in Zürich</li> <li>▪ Investition eines Anteils der Einnahmen in Vogelschutzprojekte weltweit</li> </ul>	<p>LIBERTY BIRD - Ornithologische Reisen c/o RB Reise Beratung AG Belpstr. 47 CH-3000 Bern 14</p> <p>Tel.: 031/ 382 22 26 Fax: 031/ 382 36 39 Email: libertybird@rb-reiseberatung.ch Web: www.liberty-bird.com</p>
<b>LandLust Reisen (www.landlust-reisen.de)</b>		
Naturliebhaber Vogelbeobachter Landfrauen Land- und Forstwirte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Team von Experten, mit Leidenschaft für Reisen, ländliches Leben, Natur und Kultur</li> <li>▪ Organisation von Gruppen- und Fachreisen</li> <li>▪ eigene Qualifikation als diplomierte Land- und Forstwirte: Studienreisen, Lehrfahrten und Vereinsreisen für Landwirte und Forstwirte ein Spe-</li> </ul>	<p>LandLust Reisen Zimmermannstraße 19 37075 Göttingen</p> <p>Tel: 05 51/5 03 16 90</p>

Zielgruppe	Philosophie	Kontaktdaten
	<p>zialgebiet / weiteres Segment: Naturreisen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ fachliche Führung</li> <li>▪ Reisen für jeden Anspruch: leicht verständliche Naturerlebnisreise für Interessierte jeden Alters bis hin zur Natur-Fachreise z.B. zum Thema Ornithologie</li> <li>▪ ausgesuchte Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ naturkundlich-ornithologische Reise nach Rügen und Hiddensee zum Herbstzug der Kraniche</li> <li>▪ ornithologische Fachreise zur Kurischen Nehrung mit den Vogelwarten Rossitten und Vente</li> <li>▪ Erlebnisreise zu den Projekten der Sielmann Stiftung in Brandenburg</li> <li>▪ Kranichsafari im südlichen Brandenburg</li> <li>▪ Nationalparke in Mecklenburg-Vorpommern</li> </ul> </li> </ul>	<p>Fax: 05 51/5 03 16 91 Email: info@landlust-reisen.de</p>

## 6.6 Messen

Messeauftritte sind in der Regel sehr kostenintensiv, so dass eine sorgfältige Auswahl und Kosten-Nutzen-Analyse immer am Anfang einer jeden Planung stehen sollten. Heute schließen sich Leistungsträger und Gemeinden eher den Auftritten ihrer Verbände an und nutzen die Darstellungsmöglichkeiten für Anschließer bzw. Beteiligungen in Form von Prospektauslagen. Messen sind generell ein geeignetes Instrument, um mit Reiseveranstaltern und Unternehmen in Kontakt zu treten und diesen anschließend nachhaltig auszubauen. Endkunden nutzen dagegen weit weniger die Chance sich auf Messen über ihr nächstes Reiseziel zu informieren, so dass mit dem Messeauftritt verbundene Ziele zuvor klar definiert werden müssen. Parallel zur Vermarktung der Region als Tourismusdestination, die über den Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte bzw. den regionalen Fremdenverkehrsverband Vorpommern erfolgen kann, bietet sich für die Galenbecker See Region nach sorgfältiger Recherche z. B. die Bird Fair in Rutland/ UK ([www.birdfair.org.uk](http://www.birdfair.org.uk)) an – eine der wichtigsten Messen für Vogelbeobachter in Europa.

Die Messe findet jährlich im August statt. Aktuelle Informationen für Besucher und Aussteller für die BirdFair 2013 werden Anfang des Jahres 2013 auf der Website veröffentlicht.

## 6.7 Direktmarketing

Alle Marketingaktivitäten, die den direkten und im Erfolg messbaren Kontakt zu privaten und gewerblichen Endverbrauchern ermöglichen, werden heute allgemein unter dem Begriff Direktmarketing zusammengefasst. Die Herstellung einer interaktiven Beziehung zu den Zielpersonen durch den Einsatz von Medien und Kommunikationstechniken steht dabei im Fokus. Entsprechende Maßnahmen sind vielfältig und reichen von Mailings,

Couponanzeigen, Einladungen bis hin zu Preisausschreiben. Professionell vorbereitet, umgesetzt und nachbereitet ist die verstärkte Hinwendung zum Endverbraucher ein gezieltes, kosteneffizientes Instrument in der Gewinnung von neuen Gästegruppen wie auch in der Bindung von Kunden. Für die Region Galenbecker See ist die direkte Ansprache von Interessensverbänden der Ornithologen von besonderer Bedeutung. Zu diesen zählen u.a.:

Deutsche Ornithologen-Gesellschaft e.V. (DO-G)  
c/o Inst. für Vogelforschung  
'Vogelwarte Helgoland'  
An der Vogelwarte 21  
D-26386 Wilhelmshaven

Tel.: +49-(0)176-78114479  
Fax: +49-(0)4421 9689 55  
E-Mail: geschaeftsstelle@do-g.de / Web: www.do-g.de

Dachverband Deutscher  
Avifaunisten (DDA) e. V.  
Geschäftsstelle  
An den Speichern 4a  
48157 Münster

Tel.: 0251.210140-0  
Fax: 0251.210140-29  
Email: info(at)dda-web.de

Die Adressen der Ornithologischen Gesellschaft/ Vereinigungen weltweit bzw. europaweit sowie innerhalb Deutschlands können der Internetpräsenz der DO-G entnommen werden ([www.do-g.de](http://www.do-g.de)). Einzelne Vereinigungen bzw. Gesellschaften organisieren bereits heute für ihre Mitglieder Reisen und Exkursionen und sollten verstärkt auf den Galenbecker See als besonderes Vogelrastgebiet aufmerksam gemacht werden. Zu beachten bleibt dabei, dass im Vorfeld naturgemäß die notwendige Infrastruktur entwickelt und entsprechende Angebote geschnürt werden müssen, um die Bedürfnisse der Zielgruppe zu befriedigen und in positiver Weise zu beeinflussen.

Folgende Maßnahmen können für die Region als erfolgversprechend herauskristallisiert werden.

#### *Aufbau einer Kunden-/Gästedatenbank:*

- Aufnahme aussagekräftiger Daten in eine elektronische Datenbank zur schnellen und zielgenauen Erfassung der Kundenbedürfnisse
- notwendige Kundendaten: Vor- und Nachname, Heimatadresse, Art und bezahlter Preis der konsumierten Leistung, ggf. Aufenthaltsdauer und Geburtsdatum

#### *Regelmäßiger Newsletter der Destination (Vierteljährlich)*

- Information des ehemaligen Gastes bzw. neuer Zielgruppen (u.a. Verbände) über regionale Entwicklungen und neue Angebote der Region
- Konzentration auf Themen, die das Interesse der Zielgruppe wecken
- Versand zunächst per Post, später elektronisch über die Internetpräsenz

#### *Geburtsstagsmailings:*

- Personalisierte und individuell gestalte Postkarten bzw. Schreiben
- Voraussetzung: entsprechende Daten in die Kundendatenbank aufnehmen (inkl. Erinnerungsfunktion)

- Anzahl der Motive begrenzen; jedoch auf Zielgruppe abstimmen
- Nachteil: hoher Zeitaufwand

## 6.8 Online Marketing

Das Online Marketing, welches dem klassischen Marketing durch Printmedien, Fernsehen und Rundfunk) heute gleichgestellt ist, besticht v. a. durch das vielfältige Zusammenspiel von Kommunikations-, Informations- und Interaktionsmöglichkeiten und nimmt damit im Marketing der Destinationen einen immer bedeutenderen Stellenwert ein. Für den Nutzer ist das Internet vielfach die erste Quelle, um sich über potenzielle Reiseziele zu informieren. Er entscheidet dabei selbst über die 4 W's (wann, wie lange, wo und wie), sucht seine Seiten i. d. R. gezielt auf und selektiert die Informationen aktiv. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass inhaltlose Seiten einfach weggeklickt werden und unter Umständen ein schlechtes Image der Region im Bewusstsein der Nutzer hinterlassen.

Grundlegende Kriterien für einen erfolgreichen Internetauftritt einer Destination sind:

- Hoher Informationsgehalt sowie Gewährleistung von Aktualität und Pflege der Seiten
- Abwechslungsreiche Gestaltung der Website durch journalistische Texte, zielgruppenfokussierte Fotos, detailgetreue & übersichtliche Karten
- Kommunikationsmöglichkeiten für den Nutzer
- Konsequente Kommunikation der Verfügbarkeit der Website nach außen (d. h. auf allen Printmaterialien, Links auf relevanten Webseiten der Region / des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern)

Eine neue Webseite der Region bzw. der Ausbau der Webpräsenz des TV Brohmer Berge e. V. sollte darüber hinaus folgende Funktionen in sich vereinen:

- Kommunikationsmedium für den Tourismus
- Veranstaltungskalender und Gästeverzeichnis der gesamten Region
- Informationsmedium für Einheimische mit aktuellen Nachrichten
- Präsentationsfläche für die Region bzw. den TV Brohmer Berge e. V. zur Darstellung der Themen und Highlights der gesamten Tourismusregion Galenbecker See

Für die bestmögliche Platzierung der Webseite bzw. die optimale Sichtbarmachung der Region bei der Schlagwortsuche (z. B. Urlaub in der Natur, Naturbeobachtung, Aktivurlaub) bedarf es verschiedener, gezielter Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung. Kernelemente sind u. a. die kontinuierliche und gewissenhafte Datenpflege sowie die häufige Verwendung von Kernaussagen, die regelmäßige Auswertung der Webstatistik & die Verlinkung der eigenen Webseite zu themenspezifischen bzw. regionalen Internetportalen. Dazu zählen u. a.:

[www.eiszeitroute.de](http://www.eiszeitroute.de)

(Themenradrundweg in der Mecklenburgischen Seenplatte)

[www.mecklenburgische-seenplatte.de](http://www.mecklenburgische-seenplatte.de)

(Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e. V.)

<a href="http://www.vorpommern.de">www.vorpommern.de</a>	(Regionaler Fremdenverkehrsverband Vorpommern e. V.)
<a href="http://www.region-mecklenburgische-seenplatte.de">www.region-mecklenburgische-seenplatte.de</a>	(Regionaler Planungsverband MS)
<a href="http://www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de">www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de</a>	(Naturpark „Feldberger Seenlandschaft“)
<a href="http://www.naturpark-am-stettiner-haff.de">http://www.naturpark-am-stettiner-haff.de</a>	(Naturpark „Am Stettiner Haff“)
<a href="http://www.m-vp.de">www.m-vp.de</a>	(Vermarktungsplattform mit Informationen zu Sehenswer- tem, Angeboten und Unterkünften für den Urlaub und Kurzurlaub in Mecklenburg-Vorpommern)
<a href="http://www.linkkatalog-mv.de">www.linkkatalog-mv.de</a>	(Linkkatalog)
<a href="http://www.birdnet.de">www.birdnet.de</a>	(deutsche Birderplattform mit Infos über Vogelbeobachtung)

Zusätzlich ist es von erheblicher Bedeutung, dass sogenannte crosslinks zwischen Leistungsträgern (mit einem ähnlichen hohen Qualitätsstandard und Zielgruppenausrichtung) und der Webpräsenz der Region gesetzt werden, d. h. auf die jeweils andere Website verlinkt wird, um eine Steigerung der Wahrnehmung beider Seiten zu generieren.

In Abhängigkeit des verwendeten CMS Systems der Webseite sind eine Steigerung der Besucherzahlen auf der eigenen Webseite und die Stärkung der Marke durch ihre Präsenz in den meistgenutzten Suchmaschinen selbst leistbar bzw. müssen durch eine Multimedia-Agentur professionell umgesetzt werden.

## 6.9 Eventmarketing

Ein besonderes Instrument, das gleichermaßen dem Innen- und Außenmarketing dient und die erlebnisorientierte Umsetzung der Marketing- und Kommunikationsziele fördert, ist das Eventmarketing. Kulturelle, aber auch sportliche Veranstaltungen mit entsprechendem Bezug unterstützen die regionale Identität und das Heimatbewusstsein. In der Region Galenbecker See sind es v. a. sportliche Ereignisse, die die Region erlebbar machen können, sofern sie zielgruppenfokussiert und originell sind und regelmäßig ausgeführt werden. Zusätzlich ist eine umfassende Vorbereitungsphase entscheidend sowie Einbindung engagierter ehrenamtlicher Helfer & Verbündeter (z. B. Naturparke). Jene Veranstaltungen haben dabei eine Innenwirkung auf die Bewohner, gleichzeitig dienen sie jedoch auch der Präsentation der Region nach außen. Als Beispiele seien hier genannt:

- Rad-Events (An-/Abradeln – Frühlingserwachen, Rundfahrt Galenbecker See)
- gemeinsame Dorffeste bzw. saisonale Märkte (Weihnachten, Ostern)

## 6.10 Informationen vor Ort – Beschilderungen und Informationstafeln

Innerhalb der Orte in der Galenbecker See Region können Hinweisschilder mit Übersichten zu Naturthemen und Sehenswertem sowie Karten aufgestellt werden, die ihre Zugehörigkeit zur Region verdeutlichen. Entsprechende Tafeln sind im Corporate Design der Region zu gestalten.

## 6.11 Undercovermarketing / Guerillamarketing

Das Undercovermarketing setzt in seiner Ausführung auf den besonderen Überraschungseffekt und spektakuläre Maßnahmen und ist aufgrund der Anwendung kreativer Ideen und Strategien v. a. zur Kompensation kleinerer Marketingbudgets geeignet. Auch durch sie lässt sich die Unverwechselbarkeit des zu bewerbenden Produktes nachhaltig unterstreichen.

Als schnelle, kostengünstige und vergleichsweise einfach umzusetzende Maßnahmen fungieren z. B.:

- *Eintrag bei Wikipedia:* dieser ist für den Galenbecker See bereits vorhanden. Jedoch bezieht sich der Eintrag ausschließlich auf den Naturschutz. Zur Darstellung des Gebietes als naturtouristische Destination ist es von Bedeutung den Artikel um einen Absatz / Fotos zur touristischen Ausrichtung zu ergänzen.
- *Anlegen einer Geocaching-Strecke:* diese Maßnahme ist nicht kostenintensiv, jedoch mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden (v. a. für die Identifikation & Bestückung von Verstecken, die Verpackung der Koordinaten in Rätseln). Eine entsprechende Tour sollte durch ein bestimmtes Motto oder v. a. für Kinder durch eine zusammenhängende Geschichte flankiert werden. Als Anbieter der Tour kann u. a. ein Verein oder ein Leistungsträger fungieren. Wichtig bleibt die Beachtung jedweder naturschutzrechtlicher Richtlinien in der Routenführung; eine aktive Besucherlenkung kann dadurch unterstützt werden.

### **Beispiel Geocaching Tour – Untersee:**

Drei ausgearbeitete Touren ermöglichen die Erkundung des nordwestlichen Bodensees aus verschiedenen Blickwinkeln, darunter die Tour „Die Natur in ihrem Element“. Diese Tour kann vom Startpunkt der Tourist-Information Radolfzell (N 47°44.187, E 008°58.127) per Rad, zu Fuß und mit Hilfe öffentlicher Verkehrsmittel bewältigt werden und führt zu den schönsten Naturschauplätzen am Untersee. Die Tour hat eine Gesamtlänge von 26 km und steht als Download unter <http://www.tourismus-untersee.eu/Geocaching.mfpx?ActiveID=3277> zur Verfügung.

### **Beispiel Geocaching Tour – Papenburg:**

Die Stadt bietet eine besondere Stadtführung per Rad; geführt mit Hilfe eines GPS-Gerätes. Die Tour hat eine Länge von insgesamt 30 km und führt entlang der schönsten Sehenswürdigkeiten Papenburgs. Ein flankierendes Pauschalangebot der Papenburg Tourismus GmbH umfasst dabei folgende Leistungen:

- Leihfahrrad "Papenburg Rad"
- GPS-Leihgerät mit Anleitung
- Informationsmaterial mit Karte
- kleiner "Papenburg Schatz" zur Erinnerung

Buchbar ist das Angebot von März – Oktober (online) für 17,50 EUR pro Person ab einer Gruppengröße von 10 Personen. Kleinere Gruppen auf Anfrage.

Weitere Informationen unter:

[http://www.papenburg-tourismus.de/DE/Reiseangebote/index.php?we\\_objectID=108](http://www.papenburg-tourismus.de/DE/Reiseangebote/index.php?we_objectID=108).

## 7 Quellenverzeichnis

### 7.1 Literatur

ADFC – ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E. V. (2011/2012): Radreiseanalyse.

ANIMARE PROJEKTMANAGEMENT TOURISMUS (2004): Finanzierungsmodell zur Errichtung von Welcome-Zentren in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte im Rahmen des INTERREG III-B Projektes „High Quality Tourism II“

BBR – BUNDESAMT FÜR BAUWESEN UND RAUMORDNUNG (2005): Raumordnungsbericht 2005. Berichte Bd. 21. Bonn. S. 16.

([http://www.bbsr.bund.de/cln\\_032/nn\\_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossen/Berichte/2000\\_\\_2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html](http://www.bbsr.bund.de/cln_032/nn_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossen/Berichte/2000__2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html))

BODE, M., HERBENER, ST. & UMBACH, L. (2007): Machbarkeitsstudie: Baumkronenpfad im Naturpark Feldberger Seenlandschaft – Belegarbeit, Fachhochschule Eberswalde.

DTV - DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V. (2005): Natur Erlebnis Angebote. Entwicklung und Vermarktung. Bonn.

DWIF – DEUTSCHES WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLICHES INSTITUT FÜR FREMDENVERKEHR E. V. (2006): Tagesreisen der Deutschen, Teil III.

FREMDENVERKEHRSVEREIN „STETTINER HAFF“ E. V., HRSG. (2011/2012): Freie Fahrt Richtung Nord-Ost – Tagestouren ans Stettiner Haff. Erarbeitet u. a. durch: Förder- und Entwicklungsgesellschaft Uecker-Region mbH. Fertigstellung Druckexemplar Herbst 2011. Fertigstellung PDF-Dokument Dezember 2012.

GÜTHLER, A.; LACHER, K. (2005): Naturwerkstatt Landart. Ideen für kleine und große Naturkünstler. AT Verlag, Baden und München 2005.

HAUFF, P.; HOYER, E.; SPILLNER, W. (2007): Adlerland Mecklenburg-Vorpommern. Verlag Erich Hoyer. Neubrandenburg.

HITSCH, W. (2005): Probleme, Risiken und Chancen des barrierefreien Tourismus. - Diplomarbeit, Institut für Unternehmensführung, Tourismus und Dienstleistungswirtschaft Fakultät für Betriebswirtschaft der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.

HOYER, E. (1992): Naturführer Landschaftsschutzgebiet Brohmer Berge mit NSG Galenbecker See und Friedländer Große Wiese. Pro Natura MV.

I.L.N. GREIFSWALD - INSTITUT FÜR LANDSCHAFTSÖKOLOGIE UND NATURSCHUTZ (2007-2009): Rastgebietsprofile. Funktion der Landschaft für rastende und überwinternde Wat- und Wasservögel. Anlage der Analyse und Bewertung der Landschaftspotenziale in Mecklenburg-Vorpommern. Greifswald.

KEIL – ARCHITEKTURBÜRO KEIL (2011): Konzept zur naturtouristischen Entwicklung der region Galenbecker See. Landkreis Uecker-Randow. Neubrandenburg. 28.10.2011.

LEBENSILFHE WITTMUND E. V. & REGIONALES UMWELTBILDUNGSZENTRUMS (RUZ) SCHORTENS E. V. (2002): Natur für alle. Planungshilfe zur Barrierefreiheit 2: Beobachtungs- und Aussichtstürme. (auch abrufbar unter [www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de))

LAUN M-V - LANDESAMT FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND GEOLOGIE MECKLENBURG-VORPOMMERN (1996): Landesweite Analyse und Bewertung der Landschaftspotenziale. Güstrow.

LK MST & KIRCHENKREIS STARGARD – LANDKREIS MECKLENBURG-STRELITZ SOWIE DER KIRCHENKREIS STARGARD (HRSG.; 2009). Kirchen auf der Spur. Unterwegs in der Mecklenburgischen Seenplatte.

LK UER – LANDKREIS UECKER-RANDOW (2007): Typenkatalog für Beobachtungskanzeln. Auftraggeber und Inhaber der Nutzungsrechte Landkreis Uecker-Randow. 1. Auflage: 80 Stk. Juni 2007. (Rechtsnachfolger des Landkreises Uecker-Randow ist der Landkreis Vorpommern-Greifswald (Amt für Kreisentwicklung des LK VG))

LUNG M-V & LK UER– LANDESAMT FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND GEOLOGIE MECKLENBURG-VORPOMMERN & LANDKREIS UECKER-RANDOW (2008): Naturpark Am Stettiner Haff. Naturparkplan. Bearbeitung durch: UmweltPlan GmbH Stralsund & KONTOR 21.

LUNG M-V – LANDESAMT FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND GEOLOGIE MECKLENBURG-VORPOMMERN (2012): LINFOS M-V – Daten aus dem Landesweiten Informationssystem LINFOS 4.0. Aus Kartenportal Umwelt Mecklenburg-Vorpommern des LUNG, abgerufen in 06/2012, 07/2012, 12/2012.

MABL – MINISTERIUM FÜR ARBEIT, BAU UND LANDESENTWICKLUNG (2005): Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin.

NOHL, W. (1993): Beeinträchtigungen des Landschaftsbildes durch mastenartige Eingriffe. Materialien für die naturschutzfachliche Bewertung und Kompensationsermittlung. August 1993.

NÖLLENHEIDT A. & JUNG, J. (2007): Natur erleben - Mecklenburg-Vorpommern. Touren + Tipps + Informationen. – Essen.

REIN, H. (2007): Entwicklung des Themenschwerpunktes Naturtourismus für das Land Brandenburg.

RPV MS – REGIONALER PLANUNGSVERBAND MECKLENBURGISCHE SEENPLATTE (2011): Regionales Raumentwicklungsprogramm Mecklenburgische Seenplatte 2011. Neubrandenburg.

RPV VP – REGIONALER PLANUNGSVERBAND VORPOMMERN (2010): Regionales Raumentwicklungsprogramm Vorpommern 2010. Greifswald.

SCHMITT, B. & SCHAUSTEN, H. (2002): Kulinarisches aus der Natur. Suchen - Sammeln - Zubereiten. Königswinter: Heel.

TOURISMUS-MARKETING SACHSEN-ANHALT GMBH (2010): Urlaub in der Natur - Reisen in die schönsten Landschaften Deutschlands. Magdeburg.

UM M-V – UMWELTMINISTERIUM MECKLENBURG-VORPOMMERN (2003): Die Naturschutzgebiete in Mecklenburg-Vorpommern. Demmler Verlag GmbH. Schwerin.

UP – UMWELTPLAN GMBH STRALSUND & ANIMARE PROJEKTMANAGEMENT TOURISMUS (2012): Konzept "Naturtouristische Entwicklung der Region Galenbecker See – Altkreis Mecklenburg-Strelitz". Auftraggeber: Deutsche Wildtier Stiftung – Wildtierland Gut Klepelshagen. Stralsund/ Rostock. September 2012.

VERBAND DEUTSCHER NATURPARKE E.V.; EUROPARC DEUTSCHLAND E.V. (2009): Natur erleben Mecklenburg Vorpommern.

STAUN - STAATLICHES AMT FÜR UMWELT UND NATUR UECKERMÜNDE (2007): Naturraumsanierung Galenbecker See. Verlag: Steffen GmbH, Friedland/ Meckl.

STAUN - STAATLICHES AMT FÜR UMWELT UND NATUR UECKERMÜNDE (2009): 70 Jahre Naturschutzgebiet Galenbecker See. Landesamt für Innere Verwaltung, zentrale Druckerei der Landesregierung.

## 7.2 Karten

ADFC – ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E. V. (2010): Regionalkarte Usedom – Stettiner Haff. Maßstab 1 : 100.000. BVA Bielefelder Verlag.

FREMDENERKEHRSVEREIN BROHMER BERGE E. V. (HRSG.; 2012): Urlaub in den Brohmer und Helpter Bergen. Die besten Ausflugsziele, Wander- und Radwanderwege, Höhepunkte der Region. Reiseführer | Gastgeberverzeichnis | Ausflugstipps (Katalog Brohmer und Helpter Berge).

JAGDSCHLOSS KOTELOW (O. J.): Rad- und Wandertouren (nur für Gäste).

LAIV M-V – LANDESAMT FÜR INNERE VERWALTUNG MECKLENBURG-VORPOMMERN (2006): Straßenkarte Mecklenburg-Vorpommern. Maßstab 1 : 250.000. AUSGABE 2006.

LANDKREIS MECKLENBURG-STRELITZ (O. J.): Grüner Leben. Gärten und mehr... in der Mecklenburgischen Seenplatte.

MABL/LAKD – MINISTERIUM FÜR ARBEIT, BAU UND LANDESENTWICKLUNG, OBERSTE LANDESBEHÖRDE & LANDESAMT FÜR DENKMALPFLEGE & LANDESAMT FÜR BODENDENKMALPFLEGE (2005): Karte der touristisch bedeutsamen Denkmale in Mecklenburg-Vorpommern. Maßstab 1 : 200.000.

NORDLAND VERLAG (O. J.): Wander- und Freizeitkarte Ueckermünder Heide / Oderhaff. Maßstab 1 : 75.000.

REGIONALER FREMDENVERKEHRSVERBAND VORPOMMERN E. V. (2003): Erlebniskarte; Maßstab 1 : 300.000.

REGIONALER FREMDENVERKEHRSVERBAND VORPOMMERN E. V. (O. J.): Wasserwander- und Radwanderkarte; Maßstab ca. 1 : 250.000.

TV M-V – TOURISMUSVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN E. V. (2010A): Mit dem Rad durch den Norden. 73 traumhafte Touren für jeden Anspruch.

TV M-V – TOURISMUSVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN E. V. (2010B): ErlebnisReich Natur. Wandern zwischen Meer und Seen.

VEREIN „VREDELÄNDER LAND“ (2001): Vredeländer Land erleben. Sehenswertes - Wandern – Radfahren. Verweilen – Weiterreisen – Wiederkommen. Maßstab 1: 50.000.

LK MST – LANDKREIS MECKLENBURG-STRELITZ (HRSG.; O. J.): Übersichtskarte GRÜNERLEBEN. Gärten und mehr in der Mecklenburgischen Seenplatte. Ohne Maßstab.

### **7.3 Mündliche Informationen, nachrichtliche Mitteilungen**

HERR ELBERSKIRCH: Angaben zum Naturpark Stettiner Haff (Wanderführer, Konzepte etc.), Nachrichtliche Mitteilung 24.07.2012 und 10.09.2012

HERR DÜRKOP: NABU-Schutzgebietsbeauftragter für das NSG Graswarder, telefonische Information 04.09.2012

HERR FÖRSTER: Park Hotel Schloss Rattey; nachrichtliche Mitteilung, 15.06.2012

HERR HARDER: Vorsitzender des Vereins Jordsand zum Schutz der Seevögel und der Natur; mündliche Information 06.06.2012

FRAU HILDEBRANDT: Jagdschloss Kotelow, nachrichtliche Mitteilung 16.06.2012

HERR HOYER: Schutzgebietsbetreuer Galenbecker See, mündliche Information 24.05.2012

HERR MÜLLER: Amt für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung LK MS; nachrichtliche Mitteilung 31.07.2012

HERR WERNICKE: Campingplatz Cosa, mündliche Information 28. 04 2012

ZUM RIEBENER SEE (BOHLENSTEG MIT AUSSICHTSPLATTFORM + RUNDWEG; 2006):

Landschafts-Förderverein Nuthe-Nieplitz-Niederung e.V.; Kontakt:

<http://www.foerderverein-nuthe-nieplitz.de>

Verband für Landentwicklung und Flurneuordnung Brandenburg; Frau Neye, Kontakt:

[www.vlf-brandenburg.de](http://www.vlf-brandenburg.de)

Herr Holger Isecke, Kontakt: <http://www.vermessung-isecke.de/>

### **7.4 Informationen aus Internetpräsenzen**

LUFTBILDER: [www.gaia-mv.de](http://www.gaia-mv.de), Stand 03/2012; © GeoBasis-DE/M-V 2012

ANGABEN ZU SCHUTZGEBIETEN: Kartenportal Umwelt M-V des LUNG M-V, Stand 05/2012

LANDSCHAFTS- UND KULTURLANDSCHAFTSELEMENTE: <http://www.kleks-online.de/>,  
<http://www.dino-navi.de/> (beide Stand 05/2012)

STATISTIKAMT MECKLENBURG-VORPOMMERN : [www.statistik-mv.de](http://www.statistik-mv.de); Stand 08/2012

STATISTIKEN ZUM ARBEITSMARKT:

[http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur-Nav.html?year\\_month=201208](http://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur-Nav.html?year_month=201208), Abruf 10.09.2012 / 07.12.2012

SIEDLUNGSDICHTE:

[http://www.bbsr.bund.de/cln\\_032/nn\\_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossene/Berichte/2000\\_\\_2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html](http://www.bbsr.bund.de/cln_032/nn_22548/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Abgeschlossene/Berichte/2000__2005/Bd21Raumordnungsbericht2005.html)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Bev%C3%B6lkerungsdichte>; Abruf: 10.09.2012

ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL:

VMS (2012): Bus der Verkehrsgesellschaft Mecklenburg-Strelitz (VMS); unter: <http://www.vms-bus.de/home-221-1-12.html> (Stand: 20.09.2012)

VGU (2012): VGU Verkehrsgesellschaft Uecker-Randow mbH unter: [http://www.brainpools.com/vgu\\_fahrplan/fahrplan.php](http://www.brainpools.com/vgu_fahrplan/fahrplan.php) (Stand 12/ 2012)

KULTURDENKMALE VON LANDESWEITER BEDEUTUNG: <http://www.kulturportal-mv.de/>

GEOTOPE (INFOS UND BILDER):

[http://www.kleks-online.de/kleks\\_element.php?Lang=de&ID=2447/0CV-0](http://www.kleks-online.de/kleks_element.php?Lang=de&ID=2447/0CV-0) über <http://www.kleks-online.de/>; Foto: Maik Stöckmann

<http://maps.kulturlandschaft-informatik.de/wrap.php?Lang=de&Q=KLE&ID=2347/A01-0> über <http://www.dino-navi.de/>; Foto: Maik Stöckmann

NATURSCHUTZ-AKTEURE DER REGION:

<http://www.stiftung-naturschutz-mv.de/> (Stiftung Umwelt- und Naturschutz M-V)

<http://www.deutschewildtierstiftung.de/de/gut-klepelshagen> (Deutsche Wildtier Stiftung)

<http://www.bund-neubrandenburg.de/index.php?id=13.1> (Neubrandenburger Gruppe des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND))

<http://www.naturschutz-uer.de> (Förderverein für Naturschutzarbeit Uecker-Randow-Region e.V.)

<http://www.lpv-odermuendung.de> (Landschaftspflegeverband Region Odermündung e. V.)

<http://www.natur-und-leben-am-stettiner-haff.de/> (Förderverein für Naturschutz Am Stettiner Haff)

INVENT-TOURISMUS: Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote für den Massenmarkt – Forschungsprojekt: [www.invent-tourismus.de](http://www.invent-tourismus.de)

MINDESTKRITERIEN AN DEN SERVICE VON TOURISMUSINFORMATIONEN:

<http://www.deuschertourismusverband.de/klassifizierung/i-marke/die-kriterien.html>

NATURERLEBNISGARTEN FERDINANDSHOF:

<http://www.njz.ferdinandshof.de/naturerlebnisgarten.htm> (Stand 01/2013)

[http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html\\_anbieter/208.htm](http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html_anbieter/208.htm) (Stand 01/2013)

<http://naturschutz-uer.de/naturkundliche-kinder-und-jugendarbeit/> (Stand 01/2013)

TOURISMUSVERBÄNDE, -VEREINE, STADT- UND TOURISTENINFORMATIONEN:

[www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de)

[www.friedland.de](http://www.friedland.de)

[www.vorpommern.de](http://www.vorpommern.de)

[www.ueckermuende.de](http://www.ueckermuende.de)

[www.mecklenburgische-seenplatte.de](http://www.mecklenburgische-seenplatte.de)

<http://www.urlaub-am-stettiner-haff.de/>

[www.brohmerberge.com](http://www.brohmerberge.com)

[www.prenzlau-tourismus.de](http://www.prenzlau-tourismus.de)

[www.helpter-berge.de](http://www.helpter-berge.de)

<http://www.feldberger-seenlandschaft.de>

[www.amt-woldegk.de](http://www.amt-woldegk.de)

[www.ukranenland.de](http://www.ukranenland.de)

TOURISTISCHE ANGEBOTE / UNTERKUNFTSANBIETER:

[www.schlossrattey.de](http://www.schlossrattey.de)

[www.jagdschloss-kotelow.de](http://www.jagdschloss-kotelow.de)

<http://www.ostseeschloss.de> (Schloss Zinzow)

<http://www.wernecke-brohm.de> (Campingplatz Cosa)

<http://www.gutshaeuser.de> (Webseite der Gutshäuser und Schlösser in M-V)

[www.mecklenburg-vorpommern.eu](http://www.mecklenburg-vorpommern.eu) (Landesinformationsportal M-V)

<http://karte.auf-nach-mv.de/> (Interaktive Karte Mecklenburg-Vorpommern; Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (Hrsg.))

<http://www.ferdinandshof.de/>

[www.jatznick.de](http://www.jatznick.de)

[www.torgelow.de](http://www.torgelow.de)

[http://www.amt-penzliner-land.de/penzlin2/gemeinden/klein\\_lukow.php](http://www.amt-penzliner-land.de/penzlin2/gemeinden/klein_lukow.php)

BSP. VON QUALITÄTSDACHMARKEN ZUR VERMARKTUNG DER SPEZIALITÄTEN DER REGION:

<http://www.regionale-esskultur.de>

[www.oderculinarium.com](http://www.oderculinarium.com)

THE SWEDISH RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM (2005):

The Crane Dance at Hornborga Lake. Von URL:

[http://www3.lansstyrelsen.se/NR/rdonlyres/8F16EB83-A0C9-441B-A807-4E0ED594F6B1/0/rapport\\_hornborga2005\\_eng.pdf](http://www3.lansstyrelsen.se/NR/rdonlyres/8F16EB83-A0C9-441B-A807-4E0ED594F6B1/0/rapport_hornborga2005_eng.pdf); abgerufen am 23.08.2012

TRENDS DER GESTALTUNG TOURISTISCHER ANGEBOTE :

[http://www.vorarlberg.at/pdf/3\\_2trendsimmtourismus.pdf](http://www.vorarlberg.at/pdf/3_2trendsimmtourismus.pdf)

TRENDS IM TOURISMUS:

KREILKAMP, E.; Universität Lüneburg / Bregenzerwald Studie: Trends Im Tourismus.

[http://www.vorarlberg.at/pdf/3\\_2trendsimmtourismus.pdf](http://www.vorarlberg.at/pdf/3_2trendsimmtourismus.pdf) (Stand: 27.07.2012)

ADAC REISE-MONITOR (2012): Trendforschung im Reisemarkt 1995 – 2012, unter

<http://media.adac.de/mediaservice/studien.html> (Stand: 20.09.2012)

TMV – TOURISMUSVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN (2012): Strategische Themen-

märkte des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (TMV) bis 2015 unter:

<http://www.tmv.de/marketing/themenmarketing> (Stand: 20.09.2012)

NATIONALE NATURLANDSCHAFTEN IN DEUTSCHLAND:

[www.nationale-naturlandschaften.de](http://www.nationale-naturlandschaften.de)

[www.eiszeitlandschaft.de](http://www.eiszeitlandschaft.de)

[www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de/](http://www.naturpark-feldberger-seenlandschaft.de/)

[www.mueritz-nationalpark.de](http://www.mueritz-nationalpark.de)

ERLEBNISWALD:

[www.wrg-goettingen.de](http://www.wrg-goettingen.de)

[www.erlebniswald.de](http://www.erlebniswald.de)

[www.outdoractive.de](http://www.outdoractive.de)

KLETTERWALD:

[www.crossevent.de](http://www.crossevent.de)

[www.hirschfeld.de](http://www.hirschfeld.de)

[www.berghuettenbaerenfalle.com](http://www.berghuettenbaerenfalle.com)

[www.ehrenberg-rhoen.de](http://www.ehrenberg-rhoen.de)

[www.waldseilgarten-hoellschlucht.de](http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de)

[www.hochseilgarten-isarwinkel.de](http://www.hochseilgarten-isarwinkel.de)

[www.jochen-schweizer.de](http://www.jochen-schweizer.de)

[www.floesserdorf.at](http://www.floesserdorf.at)

[www.hochseilgarten360.de](http://www.hochseilgarten360.de)

[http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de/schlafen\\_im\\_baum.html](http://www.waldseilgarten-hoellschlucht.de/schlafen_im_baum.html)

BAUMWIPFELPFAD:

[http://www.landkreis-goepfingen.de/servlet/PB/show/1426956\\_11/rat\\_2012-02-](http://www.landkreis-goepfingen.de/servlet/PB/show/1426956_11/rat_2012-02-)

19\_uva\_bu\_final.pdf

[http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426955\\_l1/oef\\_Praesentation\\_Baumwipfelpfad.pdf](http://www.landkreis-goeppingen.de/servlet/PB/show/1426955_l1/oef_Praesentation_Baumwipfelpfad.pdf)

<http://www.die-erlebnis-akademie.de/de/baumwipfelpfade/ruegen/index.php>

<http://www.nationalpark-hainich.de>

<http://www.nationalpark-hainich.de/informieren/pressemitteilung/detailansicht/view/eroeffnung-baumkronenpfad-ab-27-august-2005.html>

<http://www.biosphaerenhaus.de/de/baumwipfelpfad.php>

[http://www.baumwipfelpfad.by/bwp\\_de/index.php /](http://www.baumwipfelpfad.by/bwp_de/index.php/)

[http://www.baumwipfelpfad.by/bwp\\_de/infos-kontakt/pressemeldungen/20120612\\_Millionster-Besucher.pdf](http://www.baumwipfelpfad.by/bwp_de/infos-kontakt/pressemeldungen/20120612_Millionster-Besucher.pdf)

[www.baumkronenweg.de](http://www.baumkronenweg.de)

#### AUSSICHTS- UND VOGELBEOBACHTUNGSTÜRME:

<http://www.fehmarn24.de/bilder/2010/03/13/671085/218530698-fbq-fe-heiligenhafen-2008-12-15-graswarderturm-php-01.9.jpg>

<http://www.roethenbach.ch/turm.htm>

<http://www.naturparkinfo.de/neues.php?nr=29>

<http://finnischenatur.wordpress.com/tag/villa-elfvik/>

#### LEITFADEN VOGELFREUNDLICHES BAUEN MIT GLAS UND LICHT:

[http://www.bfn.de/0401\\_pm.html?%20tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=4323](http://www.bfn.de/0401_pm.html?%20tx_ttnews[tt_news]=4323)

#### BARRIEREFREIES BAUEN:

[www.natur-fuer-alle.de](http://www.natur-fuer-alle.de)

BT Countryside for all abrufbar unter:

[http://www.fieldfare.org.uk/?page\\_id=53&phpMyAdmin=a83c17410f95a34fc45353e75deec0d6](http://www.fieldfare.org.uk/?page_id=53&phpMyAdmin=a83c17410f95a34fc45353e75deec0d6) (Abruf: 23.7.2012)

<http://din18040.de/din-18040-normungsarbeit-barrierefreies-bauen.htm> (23.7.2012)

#### DURCHBLICKPANORAMEN:

<http://www.authentic-experience.at/> bzw. <http://www.authentic-experience.at/node/16>

FESSELBALLON, HIGHFLYER:

[www.highflyer-hamburg.de](http://www.highflyer-hamburg.de)

[www.pervan.de](http://www.pervan.de)

<http://www.air-service-berlin.de/index.php/englisch/tickets-airmaschinen/balloon/captive-balloon-hiflyer.html>

<http://www.aerophile.com/theme/aero2/pdfs/plaquette.AERO30NG.2.pdf>

BEST-PRACTICE – BEISPIEL-REGIONEN:

<http://www.genuss-region.at/article/archive/8719>

[www.waldviertel.at](http://www.waldviertel.at)

[www.youtube.com/waldvierteltourismus](http://www.youtube.com/waldvierteltourismus)

[www.hasetal.de](http://www.hasetal.de)

BEST-PRACTICE – BEISPIEL-INFRASTRUKTUR (U. A. ERLEBNISWEGE, BARFUßPFADE):

<http://newsroom.maroundpartner.com/?p=1947>

[http://www.pronatour.com/ger/html/produkte\\_erlebniswege](http://www.pronatour.com/ger/html/produkte_erlebniswege)

[www.sommererlebniswelt.at/de/easy-trekking/six-senses.htm](http://www.sommererlebniswelt.at/de/easy-trekking/six-senses.htm)

<http://content.laurentius.at/sommer-erlebniswelt/beschreibungen/de/Erlebnisweg.aspx>;

[www.serfaus-fiss-ladis.at/de/sommer/familienparadies/familienwandern/](http://www.serfaus-fiss-ladis.at/de/sommer/familienparadies/familienwandern/)

[www.blick.ch](http://www.blick.ch)

<http://www.naturpark-mkw.de/infomaterial/func-startdown/139/>

[www.barfusspark.info](http://www.barfusspark.info)

[www.barfusspfad-24.de](http://www.barfusspfad-24.de)

[www.hilchenbach.de/tourism/barfussp.htm](http://www.hilchenbach.de/tourism/barfussp.htm)

<http://www.naturzentrum-amrum.de/mach1/mach1.html> (24.7.2012)

<http://projektwebbar.lansstyrelsen.se/hornborga/De/besuchsinformation/Pages/naturum-hornborgasjon.aspx> (24.7.2012)

<http://www.multimar-wattforum.de/>

<http://www.koenigsstuhl.com/>

<http://www.botanika-bremen.de/>

<http://www.natur-erleben.niedersachsen.de>

<http://www.ahlenmoor.de/moorinformationszentrum-mooriz/>

[www.kraniche.de/Aktionen/Fotohuetten.shtml](http://www.kraniche.de/Aktionen/Fotohuetten.shtml)

<http://www.seilbahn.net/sn/index.php?i=4&j=1&news=2643>

GEOCACHING:

[www.geocaching.com](http://www.geocaching.com)

[www.opencaching.de](http://www.opencaching.de)

APPS, AUDIOGUIDES, GPS-GESTÜTZTE TOUREN:

[www.ostallgaeu.bayern-online.de](http://www.ostallgaeu.bayern-online.de)

[www.mueritz-nationalpark.de](http://www.mueritz-nationalpark.de)

[http://www.mueritz-nationalpark.de/cms2/MNP\\_prod/MNP/de/Urlaub/GPS-Erlebnistouren/index.jsp?](http://www.mueritz-nationalpark.de/cms2/MNP_prod/MNP/de/Urlaub/GPS-Erlebnistouren/index.jsp?)

[www.audioguide.de](http://www.audioguide.de)

BAUMHÄUSER, BAUMHAUSDORF, BAUMHAUSHOTELS:

<http://tiny-houses.de/baumhaus/baumhaus-anbieter>

[www.dansmonarbre.com](http://www.dansmonarbre.com)

[www.lacabaneenlair.com](http://www.lacabaneenlair.com)

[www.treehousecompany.com](http://www.treehousecompany.com)

[www.baumraum.de](http://www.baumraum.de)

[www.tree-inn.de](http://www.tree-inn.de)

[www.baumbaron.de](http://www.baumbaron.de)

[www.baumhaus-paradies.com](http://www.baumhaus-paradies.com)

[www.claras-baumhaus.de](http://www.claras-baumhaus.de)

[www.naturgaerten.de](http://www.naturgaerten.de)

[www.baumhausdorf.de](http://www.baumhausdorf.de)

[www.baumraum.org](http://www.baumraum.org)

[www.luftschoessler.eu](http://www.luftschoessler.eu)

[www.gruenewiek.de](http://www.gruenewiek.de)

[www.almke.info](http://www.almke.info)

[www.treehotel.se](http://www.treehotel.se)

[www.wolfcenter.de/Baumhaushotel.html](http://www.wolfcenter.de/Baumhaushotel.html)

[www.baumgefluester.de](http://www.baumgefluester.de)

[www.kulturinsel.com/baumhaushotel](http://www.kulturinsel.com/baumhaushotel)

FISCHERHOF: [www.mueritzfischer.de](http://www.mueritzfischer.de)

HYBRIDE ELEKTROMOBILITÄT:

<http://www.ebike.de/haeufige-fragen>

[www.movelo-mv.de](http://www.movelo-mv.de)

<http://www.nationalpark.at> <http://www.kufstein.com/de/e-bike-region-tirol.html>

<http://www.nationalpark-ebike-bayerischer-wald.de/ebiken/e-biken-bayerischer-wald-E-bike-region.html>

#### RADFAHREN, WEGEQUALITÄTEN:

[www.dino-navi.de](http://www.dino-navi.de)

[www.vorpommern.de](http://www.vorpommern.de) (Erlebniskarte des Tourismusverein Vorpommern-Greifswald)

[http://karte.auf-nach-mv.de/?utm\\_source=hauptseite&utm\\_medium=hauptnavigation&utm\\_content=navilink&utm\\_campaign=karte-mit-](http://karte.auf-nach-mv.de/?utm_source=hauptseite&utm_medium=hauptnavigation&utm_content=navilink&utm_campaign=karte-mit-) (Interaktive Karte Mecklenburg-Vorpommern; Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (Hrsg.))

#### WANDERN, WANDERWEGE:

[www.wanderbares-deutschland.de](http://www.wanderbares-deutschland.de) [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de) [www.eizeitroute.com](http://www.eizeitroute.com)

[www.vorpommern.de](http://www.vorpommern.de) (Erlebniskarte des Tourismusverein Vorpommern-Greifswald)

#### WASSERWANDERN:

[www.wasserwandern-mv.de](http://www.wasserwandern-mv.de)

nach Infoliste „Wasserwanderweg Uckerseen Stettiner Haff: Projekte mit Bezug zum Wasserwandern zugeordnet den Objekten am Gewässer, Stand Januar 2002, von Herrn Zimmermann (ehemals LK UER):

<http://www.haffhus.de/urlaubstipp/de/torgelow/equi.html>

<http://www.kanu-torgelow.de>

<http://www.sportvereine-ins-netz.de/torgelower-paddlergilde/>

<http://www.ueckertours.de>

#### REITEN, REITERHÖFE UND PFERDE:

<http://www.pferd-aktuell.de/fn-service/pferdebranchenbuch/detailseite/15786/Reit--und-Zuchtbetrieb-Kastanienhof-Gehren-Wietsch>

[http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine\\_betriebe.htm](http://www.pferdesportverband-mv.de/vereine_betriebe.htm)

<http://www.ulic.de>

<http://www.postkutsche24.de/>

<http://www.ostseeschloss.de/zinzow/>

<http://www.fliederhof-mv.de/>

[www.reiten-in-mv.de](http://www.reiten-in-mv.de)

#### WEITERE TOURISTISCHE ANGEBOTE DER REGION:

[www.museumsdorf-schwichtenberg.de](http://www.museumsdorf-schwichtenberg.de)

#### ANGABEN ZUM ANGELN:

[www.lav-mv.de](http://www.lav-mv.de) (Angaben zu Größen und Fischarten; Stand 09/2012)

[http://angelredaktion.de/seen\\_und\\_kleingewaesser/L%C3%BCbchowsee.html](http://angelredaktion.de/seen_und_kleingewaesser/L%C3%BCbchowsee.html)  
(Lübchowsee; Stand 09/2012)

[http://angelredaktion.de/seen\\_und\\_kleingewaesser/Brohmer\\_Stausee.html](http://angelredaktion.de/seen_und_kleingewaesser/Brohmer_Stausee.html)  
(Stand 10.09.2012)

#### LISTE ALLER FINDLINGSGÄRTEN UND -LEHRPFADDE:

[www.lung.mv-regierung.de/dateien/sammlung\\_findlinge.pdf](http://www.lung.mv-regierung.de/dateien/sammlung_findlinge.pdf) (Stand 12/2008)

<http://www.lung.mv-regierung.de/insite/cms/umwelt/geologie/produkte/sammlungen.htm>

#### VERANSTALTUNGEN DER REGION:

[http://www.brohmerberge.com/veranstaltungen/jaehrliche\\_veranstaltungen](http://www.brohmerberge.com/veranstaltungen/jaehrliche_veranstaltungen)

[http://www.nordkurier.de/bildergalerie/archiv\\_2008/kartoffelfest\\_schwichtenberg\\_2008/galerie.php](http://www.nordkurier.de/bildergalerie/archiv_2008/kartoffelfest_schwichtenberg_2008/galerie.php); Abruf 10.09.2012

<http://www.nordkurier.de/cmlink/nordkurier/lokales/neubrandenburg/andrang-bei-knollenbier-und-natuerlich-auch-puffern-1.487490>; Abruf 19.09.2012

<http://www.nordkurier.de/cmlink/nordkurier/lokales/neustrelitz/einst-schautag-heute-bedeutendes-volksfest-1.431543>; Abruf 10.09.2012

#### TOURISTISCHE ANGEBOTE DER FORST:

[www.forstamendarre-jatznick.de](http://www.forstamendarre-jatznick.de) bzw. <http://www.wald-mv.de/style-a1/1655-deutsch-1572-83-1-67-68-83-406.html>

Märchenwaldhaus Rothemühl, Lehrpfad "August Bartelt" und Labyrinth; s. a.  
[http://www.wald-mv.de/1604-forstamt\\_rothemuehl-1595-3-1-8-9-11-146-269.html](http://www.wald-mv.de/1604-forstamt_rothemuehl-1595-3-1-8-9-11-146-269.html) oder  
[http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html\\_anbieter/192.htm](http://www.umweltschulen.de/ubf/daten/html_anbieter/192.htm)

RIEBENER SEE: [http://de.wikipedia.org/wiki/Riebener\\_See](http://de.wikipedia.org/wiki/Riebener_See)

#### ONLINE-BADEKARTE DES LANDES MV:

[http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal\\_prod/Regierungsportal/de/sm/Themen/Gesundheit\\_und\\_Arbeitsschutz/Der\\_oeffentliche\\_Gesundheitsdienst/Badewasserqualitaet/Badewasserkarte/index.jsp](http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/sm/Themen/Gesundheit_und_Arbeitsschutz/Der_oeffentliche_Gesundheitsdienst/Badewasserqualitaet/Badewasserkarte/index.jsp)

#### PLANUNG UND DURCHFÜHRUNG VON NATURKUNDLICHEN FÜHRUNGEN / QUALITÄTSKRITERIEN:

<http://www.bundesverband-naturwacht.de>

<http://www.bhu.de/bhu/content/de/publikationen/liste/pages/1207914929.xml>

<http://www.tierundnatur.de>

**BESTIMMUNGSMATERIALIEN:**

<http://www.lbv-shop.de>, <http://www.nabu.de/tiereundpflanzen/voegel/portrait/quiz.html>

**KIRCHEN:**

<http://www.kirchenkreis-pasewalk.de/278.html>

<http://www.kirchenkreis-pasewalk.de/288.html>