

Moderationsprozess zur Tourismusedwicklung im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin

Workshop 1: Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse



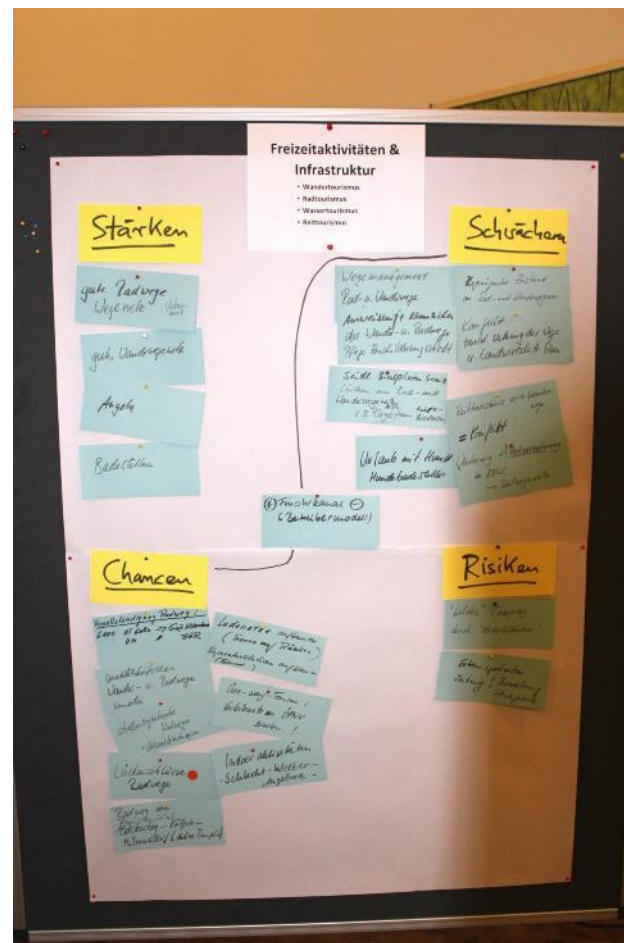
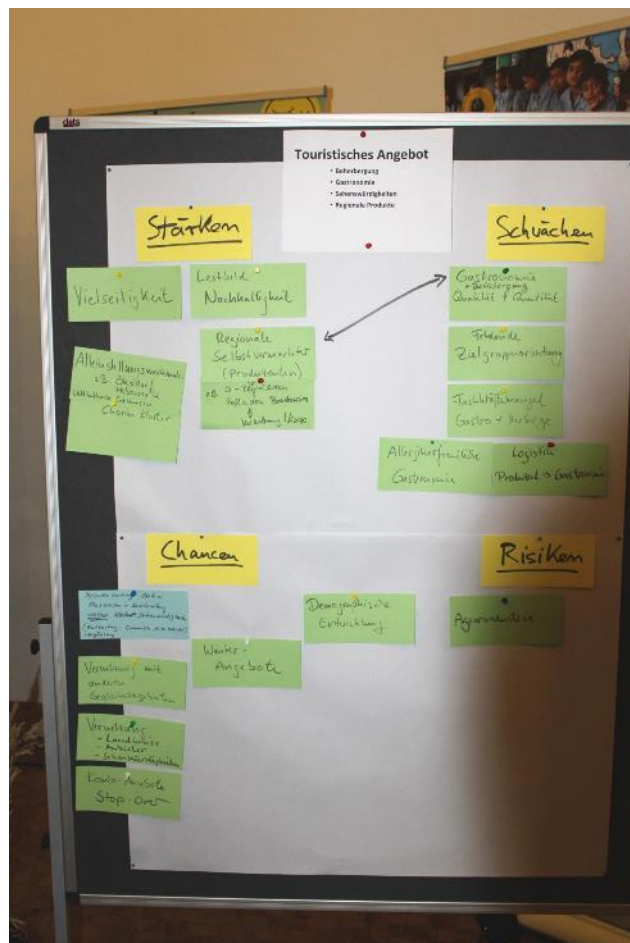
WORKSHOP 1

Stärken, Schwächen – Chancen, Risiken



WORKSHOP 1

Stärken, Schwächen – Chancen, Risiken



**Ergebnisse
Workshop 1**

TOURISTISCHES ANGEBOT

Beherbergung, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Regionale Produkte

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Vielseitigkeit: in Art und Weise → personalisierte Angebote • Alleinstellungsmerkmale: Ökodorf Brodowin, Schiffshebewerk, Grumsin, Kloster Chorin • Leitbild Nachhaltigkeit sehr ausgeprägt • regionale Selbstvermarkter (Produzenten) – Q-Regio-Hofläden, Hofladen Brodowin → Vernetzung/ Kooperation 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomie (Quantität) und Beherbergung (Qualität) • Fachkräftemangel in Gastronomie und Beherbergung • fehlende Zielgruppenorientierung • Schnittstelle zwischen regionalen Produzenten und Gastronomie → fehlende Kommunikation und Zusammenarbeit • allergikerfreundliche Gastronomie
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Besucherlenkung: Ausweisung, Beschreibung • weitere natürliche Sehenswürdigkeiten (Entlastung Grumsin und Unteres Odertal) • Vernetzung mit anderen Großschutzgebieten: ggf. als Vorbild/ Orientierung nutzen • Vernetzung der Landkreise, Anbieter, Sehenswürdigkeiten • Kombi-Angebote: Stop-Over → Durchreisemarkt • Winterangebote • Demographischer Wandel 	<ul style="list-style-type: none"> • Demographischer Wandel • Agrarindustrie

Ergebnisse
Workshop 1

FREIZEITAKTIVITÄTEN UND INFRASTRUKTUR

Wander-, Wasser-, Rad- und Reittourismus

<h3>Stärken</h3>	<h3>Schwächen</h3>
<ul style="list-style-type: none"> • vielfältige Produkte und Angebote • gutes Wander- und Radwegenetz in der Uckermark, gute Grundlage im Barnim • zahlreiche Badestellen und Angelmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Lücken im Wegenetz • Wegemanagement Rad- und Wanderwege: Ausweisung, Kennzeichnung und Pflege der Wege • Konflikt: touristische und landwirtschaftliche Nutzung des Wegenetzes • Änderung der Reitverordnung im BRSC → kein Reitwegenetz • Konflikt: Reittourismus und Wanderwege • kein Betreibermodell für Finowkanal • Angebote für Urlaub mit Hund
<h3>Chancen</h3>	<h3>Risiken</h3>
<ul style="list-style-type: none"> • Lückenschlüsse Radwege • Vereinheitlichung durch Qualitätssiegel/ Zertifizierungen: neuer Qualitätswanderweg Barnim-Joachimsthal • Straßenbegleitende Radwege → Ortsverbindungen • Netz aus Lade- und Reparaturstationen für Fahrrad und E-Bike aufbauen • One-Way-Touren: Verleihnetz Fahrrad an ÖPNV anbinden • Indoor-Aktivitäten, Schlecht-Wetter-Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> • wildes Camping durch „Naturliebhaber“ • illegale Aktivitäten unter Nichtbeachtung von Ge- und Verboten des Biosphärenreservates: Extremsportarten (Mountainbike, Motocross sowie Drohneneinflug ins Schutzgebiet)

TOURISMUSMANAGEMENT UND MARKETING

Kooperation der Akteure, Produktentwicklung, Vertrieb, Gästeinformation

Ergebnisse
Workshop 1

<h3>Stärken</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Kooperationen der Gemeinden • (noch) viele zertifizierte Infostellen im ländlichen Raum • Messeauftritte 	<h3>Schwächen</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation über 2 Landkreise (politische Grenzen) • kein gemeinsames Leitbild, keine thematische Konzentration, keine Zielgruppenfokussierung, keine Alleinstellungsprodukte, fehlende Vermarktung/Unterstützung von Projekten (z.B. HeideLiner) • Standard/ Qualität sehr unterschiedlich • Personalnotstand • politischer Wille zur Nachhaltigkeit • fehlendes Verständnis für die Bedeutung/ Wertschöpfung des Tourismus • extreme Negativentwicklungen (Motorräder und -boote am Werbellinsee) • Informationsfluss der Anbieter zu den Tourist-Informationen, Anbieter informieren nicht ausreichend über BRSC, viele Anbieter digital nicht digital erreichbar
<h3>Chancen</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Dachmarke BRSC zur gemeinsamen Vermarktung • Imageaufwertung durch gemeinsames Konzept • Zielgruppenfokussierung • Deutschland als sicheres Reiseziel • touristische Entwicklung als Chance für Zuzug • Wissenstransfer an Naturwacht sowie Natur- und Landschaftsführer bzgl. kaufmännischem Verständnis: Vermarktung qualitativ hochwertiger Angebote muss zu verbindlichem Angebot führen • Generationswechsel in Betrieben 	<h3>Risiken</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Generationswechsel in Betrieben • BRSC steht im bundesweiten Wettbewerb

**Ergebnisse
Workshop 1**

SONSTIGE THEMEN

An- und Abreise, Mobilität vor Ort, Digitalisierung, Barrierefreiheit etc.

<h3>Stärken</h3>	<h3>Schwächen</h3>
<ul style="list-style-type: none"> • gute Anbindungen Deutsche Bahn • Rufbus Uckermark • touristische Buslinien: HeideLiner, Werbellinseebus, Uckermark-Shuttle, BiberBus • landschaftliche Kulisse/ Wert 	<ul style="list-style-type: none"> • kaum nachhaltige Mobilitätsangebote abseits des Linienverkehrs • kein flächendeckendes ÖPNV-Netz → am Wochenende und in Ferien teilweise keine ÖPNV-Anbindung, insbesondere zu touristisch relevanten Orten • Verknüpfungen fehlen (z.B. Joachimsthal-Templin) • Fahrradmitnahme im Zug: VBB plant Fahrradwagen anzulegen → Problematik Aus- und Einstieg • kaum Radverleihstationen an Bahnhöfen • Digitalisierung/ Breitband (langsame Leitungen) • mangelnde Digitalisierung in verschiedenen Bereichen (Mobilität, Kommunikation, Angebote) • Barrierefreiheit (Rollstuhl, Kinderwagen, Sehbehinderung) • Verfügbarkeit Bankautomaten unzureichend
<h3>Chancen</h3>	<h3>Risiken</h3>
<ul style="list-style-type: none"> • Fahrtziel Natur (ausbaufähig) • DB-App: kleine Orte einbinden • Autovermieter Berlin-Schorfheide • Destinations-Card: Service und Mobilität • ÖPNV-Verbindungen (z.B. Angermünde-Geopark-Joachimsthal-Templin) • KombiBus Uckermark – Beitrag zum Erhalt des ÖPNV • Kleinbus – individuelle Gästebetreuung • Fahrtzeiten BiberBus erweitern • E-Mobilität an Haltestellen der Deutschen Bahn • E-Ladestationen für Autos • Digitalisierung/ Breitband (soll nächstes Jahr umgesetzt werden) 	<ul style="list-style-type: none"> • höhere Nachfrage nach der Anreise mit dem Zug könnte zu noch höherer Überlastung der Deutschen Bahn während der Saison führen