



**destination to market**

TOURISMUSBERATUNG  
& DESTINATIONSENTWICKLUNG

# TOURISMUSKONZEPT TOLLENSE-REGION WASSER-, WANDER- UND RADTOURISMUS

## Teil B: Konzeption



# ÜBERBLICK

---

## 01 Entwicklungen und SWOT-Analyse

Gesellschaftliche Entwicklungen  
Stärken- und Schwächen-Analyse

## 02 Zielsystem

Stärken und Alleinstellungsmerkmale  
Werte und Identität  
Vision, Mission, Ziele  
Zielgruppen

## 03 Handlungsfelder und Maßnahmen

Handlungsfelder  
Maßnahmentabelle  
Übersicht Schlüsselprojekte  
Projektskizzen



# Abkürzungsverzeichnis

---

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
B2B	Business-to-Business
DMO	Destinations-Management-Organisation
HF	Handlungsfeld
KwiT	Projekt Kulturwirtschaft im Tollensetal, Schloss Broock Verwaltungs GmbH
KSP Seenplatte e.V.	Kreissportbund Mecklenburgische Seenplatte e.V.
MSE	Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte
MV	Mecklenburg-Vorpommern
MVVG	Mecklenburg-Vorpommersche Verkehrsgesellschaft mbH
POIs	Point of Interests = Sehenswürdigkeiten (inkl. Aussichtspunkte, interessante Orte etc.)
STALU	Staatliches Amt für Landwirtschaft und Umwelt Mecklenburgische Seenplatte
SUP	Standup-Paddling
Stadt NB	Stadt Neubrandenburg
SWOT-Analyse	Stärken- und Schwächen-Analyse: Strengths & Weaknesses, Opportunities & Threats
TMV	Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern
TOLL	Projekt TOLL – Tollensewinkel optimiert Land-Leben, Amt Treptower Tollensewinkel



## SEKTION 01

---

# TRENDS & ENTWICK- LUNGEN, SWOT-ANALYSE

# Trends und gesellschaftliche Entwicklungen

## EINFLÜSSE: MARKT & GESELLSCHAFT



### Politik

- Sicherheit: Deutschlandtourismus
- Fachkräftemangel: Service- und Qualitätsanforderungen
- Mobilität: Mikromobilität vor Ort



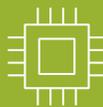
### Wirtschaft

- Wettbewerb: Nicht nur regional, auch international
- Globalisierung: Positionierung auf dem Weltmarkt
- Urbanisierung: Freizeitdruck für das Land



### Gesellschaft

- Wertewandel: Aktiv- und Naturtourismus ganz vorne
- Individualisierung: Autarkes Reiseverhalten
- Demographischer Wandel: steigende Anzahl der Älteren



### Technologie

- Digitalisierung: 24/7 Inspiration, Information, Buchung
- New Work: Co-Workation Chancen für das Umland
- Konnektivität: Informationen rund um die Uhr erhältlich



### Ökologie

- Nachhaltigkeit: 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen
- Intakter Naturraum: Chance & Bedingung für Tourismus
- Lebensraumentwicklung: Bedürfnisse der Einheimischen



### Gesetz

- „Grüner Deal“ der EU: Emissionen im Tourismus einschränken
- Schutzgebiete: Zutrittsbeschränkungen
- Gemeinwohlökonomie: Tourismus für Alle

# Stärken- und Schwächen-Analyse (I)

## STÄRKEN

## SCHWÄCHEN

### *Aus welchen Stärken ergeben sich Chancen?*

- Attraktive Landschaft und zugänglicher Tollenseesee mit öffentlichen Badestellen → attraktive Rad-, Wander- und Wasserangebote die allerdings qualitativ weiterentwickelt werden müssen
- Gute Erreichbarkeit (PKW, Zug, Flugzeug ab/bis Berlin) → attraktiv als Tagesausflugsziel aus der Region Berlin oder für Gäste von weiter weg
- Lage in der Mecklenburgischen Seenplatte (hoher Bekanntheitsgrad) → Zusammenarbeit auf touristischer Ebene
- Umfangreiches Radroutennetz vorhanden → Weiterentwicklung mit Fokus auf Qualität (Beschilderung, Bodenbeschaffenheit, Thematisierung)

### *An welchen Schwächen sollte gearbeitet werden, um Chancen zu ergreifen?*

- Unzureichendes Übernachtungsangebot (Hotels, Ferienwohnungen, Jugendherbergen) → Ausbau mit Fokus auf Qualität
- Wenig Camping- und Wohnmobilstellplätze → Ausbau mit Fokus auf Qualität
- Entstehungsgeschichte der Landschaft und Natur ist bisher kaum inszeniert (keine Angebote oder Führungen, Lehrpfade nicht mehr zeitgemäß) → Inszenierung z.B. durch Themenrouten, Führungsangebote etc.
- Kaum Wanderangebote in der Region vorhanden → Entwicklung von neuen, zielgruppengerechten Angeboten
- Unzureichende Angebote für Wasserwanderer an der Tollense sowie am Tollenseesee → Ausbau mit Fokus auf Qualität



CHANCEN

# Stärken- und Schwächen-Analyse (II)

## STÄRKEN

## SCHWÄCHEN



### CHANCEN

#### *Aus welchen Stärken ergeben sich Chancen?*

- Städtetouristische Angebote (Einzelhandel, Gastronomie, Kultur, Sport) sowie zahlreiche Kultureinrichtungen (Kulturpark, Konzertkirche, Museen, Kunstsammlung, Ausstellungen) und vielfältige kulturhistorische Sehenswürdigkeiten und Angebote (Burgen und Schlösser, Backsteingotik, etc.) → Kopplung und Vernetzung der Angebote untereinander sowie Entwicklung von Kombinationsmöglichkeiten aus dem Bereich Natur- und Aktivtourismus
- Zahlreiche Sportvereine und Sportveranstaltungen am Tollensesee, hohes Engagement regionaler Akteure → ABER: touristische Nutzbarkeit ist eingeschränkt (Vereinswesen etc.)
- Zahlreiche Kulturveranstaltungen in Neubrandenburg → Kultur ist Attraktor für verlängerte Aufenthalte in der Umgebung

#### *An welchen Schwächen sollte gearbeitet werden, um Chancen zu ergreifen?*

- Kulturangebote in der Fläche werden bisher nur wenig touristisch inszeniert → Verbesserung der Vernetzung, Inszenierung z.B. durch Themenrouten, Führungen
- Kaum größere Städte im Einzugsgebiet, wenig Tagestourismus außerhalb von NB → Übernachtungstourismus mit entsprechenden Angeboten ausbauen
- Bisher kein gemeinsames Tourismusmanagement und Außenmarketing in der Region → eine Ebene der Zusammenarbeit muss gefunden werden, um die Region und die Angebote besser zu vernetzen und für den Gast auffindbar zu machen
- Regionale Produkte sind vorhanden, werden aber nicht touristisch inszeniert → Themenmanagement

## Stärken- und Schwächen-Analyse (III)

### STÄRKEN

#### *Welche Stärken haben Risiko-Potenzial?*

- Zahlreiche Schutzgebiete, v.a. im südlichen Bereich des Tollenseses → Kommunikation und Abstimmungen mit dem Naturschutz sind notwendig
- Touristischer Ausbau (neue Angebote, steigende Gästezahlen) resultieren womöglich in Konflikten wie „Overtourismus“ → Besucherlenkungskonzepte müssen bereits bei der Planung berücksichtigt werden
- Linien- und Fahrgastschiffahrt findet auch in naturschutzfachlich wertvollen Gebieten statt, zudem hohes Investitionspotenzial zum Erhalt der Stege → hoher Abstimmungs- und Mittelbedarf
- Touristische Akteure sind bisher eher autark tätig – ein verlässlich arbeitendes Gremium, glaubwürdige Vertrauensbildung und viel Abstimmung nötig, um zu motivieren, zukünftig gemeinsam voranzugehen
- Grenzen des Ehrenamtes und des Engagements von Vereinen vs. professionelles Tourismusmanagement

### SCHWÄCHEN

#### *Welche Schwächen sollten bearbeitet werden, um das Risiko-Potenzial zu minimieren?*

- Tollensesee mit fehlender Wasserverbindung zu den weiteren Seen der Mecklenburgischen Seenplatte → Attraktivierung der Tollense in Richtung Altentreptow als Verbindung für Kanuten zur Ostsee
- ÖPNV außerhalb von Neubrandenburg ist unzureichend ausgebaut → Schaffung weiterer Angebote ist notwendig
- Außerhalb von Neubrandenburg gibt es kaum gastronomische Angebote → Entwicklung innovativer Angebote wie z.B. Food Trucks, elektrische Lastenräder oder "Tuk-Tuks" als "Genussmobile" während der Sommersaison
- Nachhaltigkeit, Einkaufsqualität, Wellness und Gesundheit bisher nicht sichtbar/ konzeptionell aufgearbeitet → Synergien mit vorhandenen Akteuren nutzen

RISIKEN





## SEKTION 02

---

# STÄRKEN UND ALLEIN- STELLUNGSMERKMALE

# Stärken und Alleinstellungsmerkmale der Tollense-Region

Als Vorbereitung für die Definition der Zielgruppen und daraus resultierenden Entwicklung von Leitthemen und Leitprodukten (siehe nachfolgende Kapitel) wurden die Stärken und Alleinstellungsmerkmale der Tollense-Region definiert.

## ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

(gibt es nur in der Tollense-Region)

- Rühlower Os mit Osauge, Großer Stein, Eiszeitlandschaft/Geologie
- Europas ältestes Schlachtfeld
- Slawisches Zentralheiligtum Rethra
- Neubrandenburg: Konzertkirche, Stadtmauer, Vier Tore
- extreme Nähe von Urbanität und Natur
- Sportevents: Radmarathon Mecklenburger Seenrunde, Neubrandenburger Tollenselauf („Der Härteste im Norden“), Burgenlauf (von Penzlin nach Burg Stargard)
- Authentische Orte: Alt Rehse (NS-Zeit)
- Walk of Sport in Neubrandenburg

## STÄRKEN

(gibt es ähnlich jedoch woanders auch)

- Wasserweg bis zur Ostsee
- einer der größten und landschaftlich gut eingebundenen Seen in der Mecklenburgischen Seenplatte
- Naturerlebnisse, Sonnenaufgänge und Sonnenuntergänge am Wasser, See mit klarem Wasser
- Weite, Freiraum, hoher Erholungswert durch geringen Siedlungsdruck
- (Höhen-) Burgen, Hügel, Schlösser, Gutshäuser
- Regionale Produkte
- Events, Feste, Märkte, kleine & feine Veranstaltungen
- Kleinstadtfair, Einzelhandelsstandort Neubrandenburg
- Olympiastützpunkt, generell das Thema Sport



## SEKTION 02

---

# WERTE & IDENTITÄT

## Einleitung: Wozu Werte wichtig sind

Werte spielen im Tourismusmarketing eine bedeutende Rolle, da sie einen entscheidenden Einfluss darauf haben, wie eine Destination wahrgenommen wird und welche Zielgruppen sie anspricht. Weiterhin dienen sie als Grundlage für die Markenbildung, die langfristige Ausrichtung, die Vertrauensbildung und das Innenmarketing. Sie spielen eine wesentliche Rolle dabei, wie eine Destination wahrgenommen wird und wie erfolgreich sie sich langfristig im Wettbewerb behaupten kann.

Das Bewusstsein über ihre Werte ermöglicht es der Tollense-Region, ihre einzigartige Identität und Positionierung auf dem Markt zu zeigen. Indem sie ihre Werte festlegt und bei der Umsetzung von Projekten lebt, kann sich die Tollense-Region von anderen Reisezielen abheben und ein unverkennbares Profil entwickeln.

Weiterhin werden damit bestimmte Zielgruppen angesprochen, die sich mit den Grundsätzen und Überzeugungen der Tollense-Region identifizieren. Einige Reisende legen Wert auf Nachhaltigkeit, andere auf kulturelle Vielfalt oder Abenteuer. Indem die Tollense-Region ihre Werte klar kommuniziert, kann sie die für sie relevanten Reisenden gezielt ansprechen.

Klarheit über Werte bedeutet auch ein stabiles Fundament für die langfristige Entwicklung der Tollense-Region. Sie helfen dabei, konsistente Botschaften zu vermitteln und eine nachhaltige Vision für die Zukunft zu entwickeln, die über kurzfristige Marketingkampagnen hinausgeht. Sofern die Tollense-Region ihre Werte konsequent lebt, gewinnt sie das Vertrauen der Reisenden. Das führt zu einer höheren Glaubwürdigkeit und trägt dazu bei, dass Reisende ihre Erfahrungen positiv weiterempfehlen.

Nicht zuletzt spielen die gemeinsam definierte Werte eine wichtige Rolle bei der Stärkung der Zusammenarbeit. Sofern die verschiedenen Akteure (Hotels, Tourenanbieter, lokale Unternehmen, Behörden usw.) dieselben Werte teilen, wird dies zu einer gemeinsamen Identität und einem besseren Miteinander führen.

Im Strategieworkshop wurden gemeinsam mit den anwesenden Akteuren eine erste Sammlung von Werten definiert und von destination to market gebündelt und weiter ausgearbeitet. Die Markenwerte von Tourismus Mecklenburg-Vorpommern (Achtsam, Entspannend, Einladend) sind auf passende Weise zu den Markenwerten der Tollense-Region stimmig.

# Die Werte/ Identität der Tollense-Region



# Das Leistungsversprechen der Tollense-Region

Markenwert	... bedeutet auch	...kann u.a. wie folgt erlebt werden
Entschleunigt	Ruhig, klar, gemütlich, leise, gemächlich	SUP- und Kanutour und Aussichtspunkte Tollensesee, Yoga & Meditation Alt-Rehse, Lieps, Helpter Berge, ...
Zugänglich	Aufgeschlossen, offen, interessiert, freundlich	Vier Tore NB, Konzertkirche, Aussichtsplattform HKB, Aussichtspunkte rund um den See, Schifffahrten, Kulturspeicher Woggersin, ...
Sportlich	Gesund, dynamisch, agil, stark	Tollenselauf, MSR, Inline-Skating Kurpark, Wassersport, Radfahren & Wandern auf/um den Tollensesee, Walk of Sport in NB, ...
Kraftvoll	Praktisch, vielseitig, gewandt, anpackend	Gedenkstein Jahnstein, Geopark, Eiszeitroute, Angebote der Sportvereine für Gäste, Drachenbootrennen, Köllner Rockscheune, ...
Ehrlich	Klug, aufmerksam, verbunden, realistisch	Regionale Produkte (z.B. Hofladen Marihn, Eismanufaktur Jackle & Heidi Penzlin, TOLL-Projekt, Aloha Beach Bar, ...
Naturverbunden	Elementar, urwüchsig, naturbezogen, tierlieb	Naturschutzgebiete rund um den Tollensesee, Fledermaushaus am Tollensesee, Naturführungen, Ballonfahrten, Tiergehege, ...
Verwurzelt	Bodenständig, heimatverbunden, bewahrend	Burgen Penzlin und Stargard, historische Stadtführungen, Feste & Veranstaltungen, Rethra, Schlachtfeld, Regionalmuseum, ...



## SEKTION 02

---

# VISION, MISSION & ZIELE

## Vision – wo wir hin wollen

---



Die Tollense-Region ist lebendig und zukunftsfähig und eine attraktive Urlaubsregion für aktive und sportorientierte Gäste. Eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung sichert langfristig Perspektiven für unsere Einwohner.

Sowohl für Unternehmen als auch für Menschen sind wir ein zukunftsfester Standort. Hier leben und arbeiten Menschen gerne und verbringen ebenso gerne ihre Freizeit. Wir sind Auftank- und Rückzugsort für alltagsgeplagte Urlaubsgäste aus den umliegenden Großstädten und aus ganz Deutschland.

Die Tollense-Region ist Musterbeispiel für eine gelungene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, kultureller Identität, Lebensqualität und touristischer Exzellenz. Wir sind eine Region, auf die wir stolz sein können und die auch kommenden Generationen eine lebenswerte Heimat bietet. Gleichzeitig fördern wir unsere regionale Identität, um das einzigartige Flair unserer Heimat zu bewahren und machen dies unseren Gästen zugänglich.

## Mission – was wir dafür tun

---



Wir nutzen vorhandene Infrastrukturen und entwickeln zielgruppenspezifische und nachhaltige tourismusrelevante Angebote, die sowohl Gäste als auch Einheimische begeistern.

Durch erstklassige Sportveranstaltungen und moderne Sportstätten etablieren wir die Tollense-Region als attraktiven Anlaufpunkt für nationale und internationale Sportereignisse.

Die Einzigartigkeit und Attraktivität unserer Region heben wir hervor und sorgen für Sichtbarkeit und Profilierung. Wir kommunizieren zukünftig zielgruppenorientiert und entsprechend der Bedürfnisse unserer Gäste.

Kooperation und Zusammenarbeit sind für uns von großer Bedeutung. Wir setzen auf einen offenen und vertrauensvollen Umgang und ein wertschätzendes Miteinander.

Durch eine professionelle Tourismusarbeit sorgen wir für die Nutzung von Synergien und eine zielführendes und gemeinschaftlich getragenes Destinationsmanagement.

Wir sorgen für eine Standortpolitik, die Unternehmen anzieht und lokale Tourismusbetriebe unterstützt, um Arbeitsplätze zu schaffen und Fachkräfte zu gewinnen.

Wir kümmern uns um die Finanzierung, ausreichende Ressourcen und nutzen Fördermöglichkeiten, um eine nachhaltige Finanzstruktur aufzubauen.

# Touristisches Zielsystem für die Tollense-Region

## Vision

Die Tollense-Region ist lebendig und zukunftsfähig und eine attraktive Urlaubsregion für aktive und sportorientierte Gäste. Eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung sichert langfristig Perspektiven für unsere Einwohner.

## Entwicklungsziele

Wertschöpfung durch Tourismus  
signifikant erhöhen

Attraktivität des Lebens- und  
Freizeitraumes bewahren

## Strategische Ziele

Steigerung des  
Gastronomie-  
und Übernachtungsangebots  
sowie Schutz des  
Naturraums

Gemeinsamer  
Auftritt als eine  
einheitlich wahr-  
nehmbare, klar  
profiliertere  
Urlaubsregion

Ausbau von  
Kooperationen,  
Stakeholder-  
management und  
Innenmarketing

Sicherung von  
Ressourcen für  
die Bearbei-  
tung touristischer  
Themen

## Operative Ziele, u.a. (Beispiele)

Produkt-  
entwicklung zu  
Sensibilisierung,  
infrastrukturelle  
Maßnahmen (u.a.  
Beherbergung)

Webseite für die  
gesamte Region  
sowie tourismus-  
spezifisches  
Marketing (insb.  
Social Media)

Einberufung  
einer touristi-  
schen Koordi-  
nationsstelle für  
die gesamte  
Region

Recherche und  
Akquise von  
Fördermög-  
lichkeiten und  
Personal für  
die Umsetzung



## SEKTION 02

---

# ZIELGRUPPEN

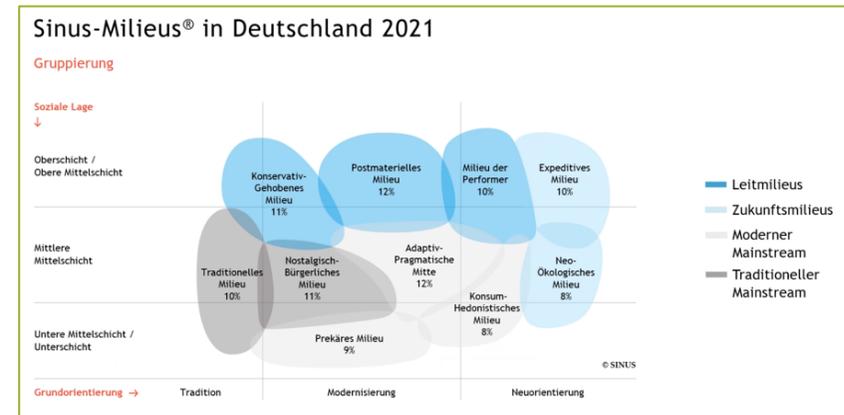
# Einführung: Warum Zielgruppenarbeit wichtig ist

Die Zielgruppendefinition ist ein wichtiger Schritt für die Marketing- und Kommunikationsstrategie der Tollense-Region. Sie bezieht sich auf die Identifizierung und Beschreibung der spezifischen Gruppe von Menschen, die als potenzielle Gäste, Kunden oder Nutzer eines Angebots oder einer touristischen Dienstleistung in Frage kommen.

Durch eine klare Zielgruppendefinition können gezieltere, effektivere und effizientere Marketingmaßnahmen entwickelt werden. Dies trägt dazu bei, die Bedürfnisse der Gäste besser zu erfüllen und die Destination erfolgreich am Markt zu positionieren. Durch die Kenntnis der Werte, Motive und Bedürfnisse der Zielgruppen erfolgt eine gezielte Kommunikation, ein effizienter Einsatz von Marketingausgaben, eine laufende Angebotsentwicklung, die Differenzierung von Mitbewerbern, eine Generierung von zufriedenen Gästen und schlussendlich auch eine Messbarkeit der angewandten Strategien.

Wissenschaftliche Grundlage für die Definition der Zielgruppen für die Tollense-Region sind die sogenannten Sinus Milieus, welche die Gesellschaft in Deutschland auf einem Raster zu Sozialer Lage/Grundorientierung abbilden. Diese Systematik wird von zahlreichen Tourismusregionen verwendet, auch der Tourismusverband Mecklenburg arbeitet mit diesem System.

Die Benennung der vom Sinus Institut definierten 10 verschiedenen sog. Sinus Milieus kann nicht verändert werden. Für ein besseres Verständnis wurden sogenannte „Personas“ entwickelt. Dies sind fiktive Personen, welche typische VertreterInnen einer Zielgruppe darstellen und den Zielgruppen somit „ein Gesicht und einen Namen“ geben.



Quelle: Sinus Milieus Basispaket destination to market 2021/2022

# Die Zielgruppen der Tollense-Region

Zukünftig soll der Fokus der Zielgruppenansprache auf zwei Hauptzielgruppen sowie einer Zukunftszielgruppe liegen. Die Zielgruppen wurden im Strategieworkshop gemeinsam entwickelt und mit den Zielgruppen des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern abgeglichen. Die weiterhin erarbeitete Nebenzielgruppe profitiert von allen Maßnahmen, wird jedoch nicht mehr mit eigenen Marketinginvestitionen angesprochen.

Für die **passgenaue Ansprache von Tages- und Übernachtungsgästen** sind **spezifische Angebote** zu entwickeln und **stimmige Kommunikationskanäle** zu wählen. Alle Maßnahmen zahlen jedoch immer auf die emotionalen Werte, Motive und Bedürfnisse der definierten Zielgruppen ein, unabhängig davon ob sie nur für einen Tag oder für einen längeren Aufenthalt in die Tollense-Region kommen.

Die Zielgruppen für die Tollense-Region sind (Basis: Zielgruppen des Sinus Instituts):

**Hauptzielgruppe 1:**  
 Familie Toll  
 Sinus: Adapt.-Pragm. Milieu



**Hauptzielgruppe 2:**  
 Die (Sport-) Freunde  
 Sinus: Postmaterielles Milieu



**Zukunftszielgruppe:**  
 Anne und Tom  
 Sinus: Expeditives Milieu



**Nebenzielgruppe:**  
 Regina und Jürgen  
 Sinus: Nost.-Bürgerl. Milieu



# Hauptzielgruppe 1: „Familien“ (als Teil des vom Sinus Institut benannten sog. Adaptiv Pragmatischen Milieus)

## Familie Toll

Bernhard (44), Julia (39), Moritz (8) und Katharina (6) sowie Golden Retriever Rico. Ab und zu dabei: Oma Regina (58) und Opa Jürgen (62)

<b>Wohnort/ Herkunft</b>	Leben in einem Haus in Berlin, Brandenburg, Niedersachsen oder Nordrhein-Westfalen.
<b>Berufliches Umfeld</b>	Bernhard: IT-Spezialist, Julia: Steuerfachfrau (Teilzeit)
<b>Anreiseform und Aufenthaltsdauer</b>	Anreise per PKW mit 4 Fahrrädern. Nutzen gerne ÖPNV-Angebote. Bleiben auch mal länger als 1 Woche.
<b>Unterkunftsform</b>	Pension, Ferienwohnung, familiengeführte Unterkünfte → nicht nur, aber auch Selbstversorger
<b>Allg. Konsumverhalten</b>	Regionale Produkte, Preis vs. Mehrwert, Einkauf im Bioladen oder Biomarken von Edeka, Aldi, Penny, ...
<b>Urlaubsaktivitäten</b>	Spielplätze am See und im Augusta-Bad; Einkaufen im Biomarkt; geführte Touren (Rad, Wandern, Wasser); Burgen; Museum zum Anfassen & interaktiv; kinderfreundliche Küche; Essen gehen im Zollhaus Café
<b>Wichtig im Leben</b>	Bewusstsein für die wichtigen Dinge, gemeinsam mit der Familie etwas erleben und Spaß haben, Sicherheit



Diese Zielgruppe, hier exemplarisch die „Familie Toll“, wurde von Tourismus Mecklenburg-Vorpommern als sog. „Wichtige Gäste“ definiert: Sie sichern ganzjährig das betriebswirtschaftliche Überleben.

**Folgende Werte aus dem Werteprofil passen sehr gut zu dieser Zielgruppe:** Zugänglich, Verwurzelt, Ehrlich, Naturverbunden

# Hauptzielgruppe 2: „Sportliche Gäste“ (als Teil des vom Sinus Institut benannten sog. Postmateriellen Milieus)

## Die (Sport-) Freunde

Ingo (44), Martina (41), Thomas (43) und Christiane (40) – auch ohne Sport denkbar

<b>Wohnort/ Herkunft</b>	Leben mit ihren PartnerInnen und (teilweise > 10-jährigen Kindern) in der Innenstadt von Hannover
<b>Berufliches Umfeld</b>	Ingenieurwesen, IT, Marketing, Projektmanagement
<b>Anreiseform und Aufenthaltsdauer</b>	Anreise per PKW inkl. (teurer) Räder. Planen den Aufenthalt für Sportevents. Bleiben 3-5 Tage.
<b>Unterkunftsform</b>	Sofern möglich 4* Hotel mit Frühstück oder Halbpension, ideal: Wellness, Sauna und Massage
<b>Allg. Konsumverhalten</b>	Markenbewusstsein, gesundes und gutes Essen, gute Qualität. Einkauf bei Edeka oder Rewe.
<b>Urlaubsaktivitäten</b>	Trainingscamp für Laufen, Rad oder Wassersport; MSR und Tollenselauf; Neues ausprobieren; Teilnahme an Sport- und Kulturevents; Konzertkirche; Voss-Museum; Essen gehen in den Hotels Alt Rehse oder Bornmühle
<b>Wichtig im Leben</b>	Fitness und Bewegung, Natur, Leistung, Kunst und Kultur, Regionalität, Horizont erweitern, Zeit mit der Familie, aber auch Zeit für sich selbst, Nachhaltigkeit



Diese Zielgruppe, hier exemplarisch „Die (Sport-) Freunde“ (ohne sportliche Reisemotivation als nur „Die Freunde“ denkbar), wurde von Tourismus Mecklenburg-Vorpommern als sog. „Lieblingsgäste“ definiert: Sie generieren den größten Anteil der touristischen Wertschöpfung.

**Folgende Werte aus dem Werteprofil passen sehr gut zu dieser Zielgruppe:** Sportlich, Kraftvoll, Naturverbunden

## Zukunftszielgruppe: „Junge Gäste“ (als Teil des vom Sinus Institut benannten sog. Expeditiven Milieus)

### Anne (30) und Tom (34)

Sowohl als Paar als auch mit Freunden oder als ganz junge Familie unterwegs

<b>Wohnort/ Herkunft</b>	Leben in Berlin, Nord- und Mitteldeutschland in einem Loft. Teilweise junge Kinder unter 4 Jahren.
<b>Berufliches Umfeld</b>	Anne: Bloggerin, Tom: SEO-Experte bei Zalando
<b>Anreiseform und Aufenthaltsdauer</b>	Anreise per Bahn, PKW oder high-end Wohnmobil. Tagestrip aus Berlin oder übers Wochenende.
<b>Unterkunftsform</b>	FeWo, Hostels, aber auch 4* Hotels → sehr unterschiedlich. Selbstversorger nur auf hohem Niveau.
<b>Allg. Konsumverhalten</b>	Nachhaltige Markenaffinität, neuestes Smartphone. Einkauf im Bioladen, bei Edeka oder Rewe.
<b>Urlaubsaktivitäten</b>	Open Airs; gucken auch im Umland, was es Interessantes gibt; Instagram-Post in DDR-Eisdiele in Burg Stargard; „coole“ Konzerte in der Konzertkirche „mal mitnehmen“; Relaxen; Sundowner am See oder Belvedere; Essen gehen im Restaurant Herr Grünfink
<b>Wichtig im Leben</b>	Etwas erleben, Selbstbestimmung, Freiheit, Flexibilität, möchten an Veränderungen teilhaben und mitgestalten



Diese Zielgruppe wurde von Tourismus Mecklenburg-Vorpommern als sog. „Zukunftsgäste“ definiert: Sie sind der Lieblingsgast in 3-5 Jahren.

**Folgende Werte aus dem Werteprofil passen sehr gut zu dieser Zielgruppe:**  
Zugänglich, Naturverbunden, Entschleunigt

## Nebenzielgruppe: „Stammgäste 55plus“ (als Teil des vom Sinus Institut benannten sog. Nostalgisch-Bürgerlichen Milieus)

### Regina (58) und Jürgen (62)

Gelegentlich auch mit ihren Kindern und Enkeln als „Familie Toll“ unterwegs

<b>Wohnort/ Herkunft</b>	Leben in einem Einfamilienhaus in Ostdeutschland (Thüringen) auf dem Lande
<b>Berufliches Umfeld</b>	Regina: Minijob im Kindergarten. Jürgen: Frührente.
<b>Anreiseform und Aufenthaltsdauer</b>	Per Bahn mit E-Bikes. Kommen gern für einen Tagestrip, manche bleiben aber auch 5-7 Tage.
<b>Unterkunftsform</b>	Bodenständige Hotels mit guter Qualität, nicht zu teuer
<b>Allg. Konsumverhalten</b>	Kleidung wird 1x im Jahr gekauft; Tageszeitung zum Frühstück; Einkauf im Discounter; Investitionen: Nur wenn nötig Pflanzen für den Garten oder Werkzeug; nicht zu oft Essen gehen
<b>Urlaubsaktivitäten</b>	Stadtrundgang; Regionalmuseum; Burg Stargard und Burg Penzlin; Tollense-Radweg mit E-Bike; Mehrtages-Radtour ab/ bis Neubrandenburg; Kaffee und Kuchen im Boulevard-Café
<b>Wichtig im Leben</b>	Bodenständigkeit, Toleranz, Natur und Bewegung im Freien, Qualität aber nicht zu teuer, Familie

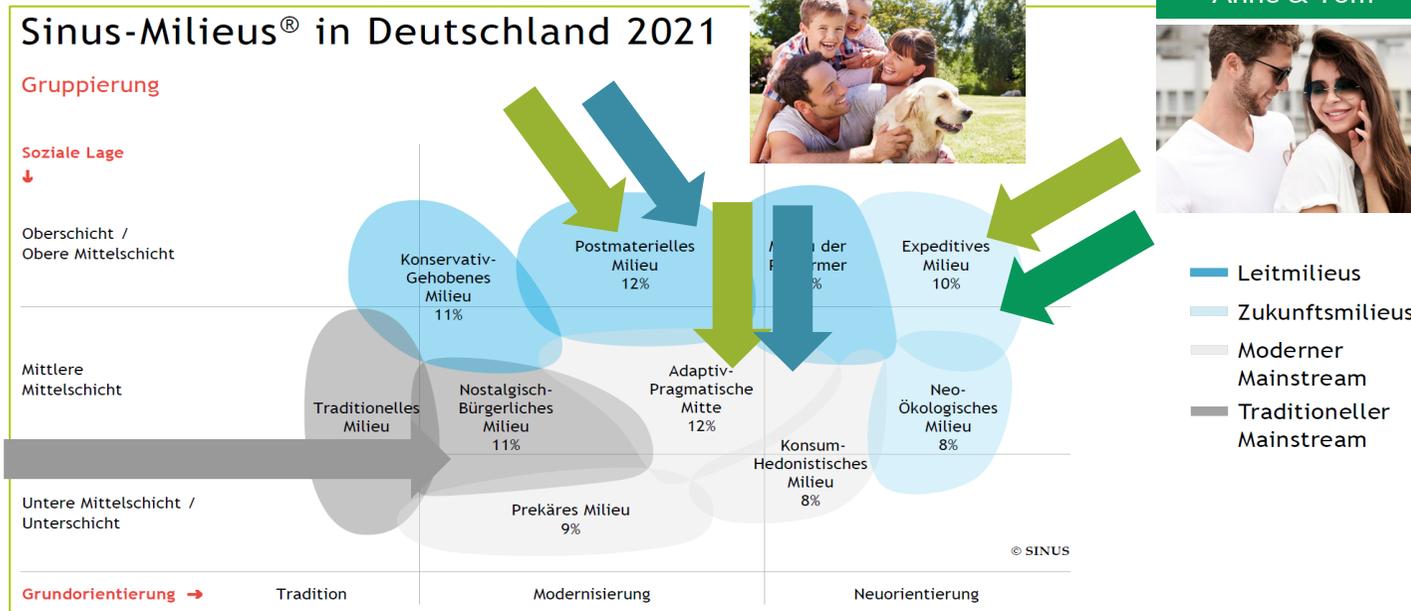


Diese Zielgruppe wird von Tourismus Mecklenburg-Vorpommern zukünftig nicht mehr mit gezielten Werbemaßnahmen angesprochen. Sie profitiert von den umgesetzten Marketingaktivitäten für die Hauptzielgruppen.

**Folgende Werte aus dem Werteprofil passen sehr gut zu dieser Zielgruppe:** Zugänglich, Ehrlich, Naturverbunden, Verwurzelt, Entschleunigt

# Abgleich Zielgruppen der Tollense-Region und des TMV

- Türkis: Unsere Hauptzielgruppen
- Smaragd: Unsere Zukunftszielgruppe
- Grau: Unsere Nebenzzielgruppe
- Hellgrün: Zielgruppen TMV





## SEKTION 03

---

# HANDLUNGSFELDER UND MASSNAHMEN

# Einführung: Handlungsfelder und Maßnahmen

---

Für die touristische Entwicklung der Region wurden sechs Handlungsfelder definiert. Diese sind jeweils mit Projekten untersetzt, die zur Umsetzung der touristischen Zielsetzung beitragen:

- Aktivtourismus und Naturschutz
- Beherbergung, Gastronomie und Regionalvermarktung
- Geschichte und Kultur
- Mobilität
- Zusammenarbeit und Innenmarketing
- Außenkommunikation

Begleitet werden die Handlungsfelder von drei Querschnittsthemen (Nachhaltigkeit, Qualitätsmanagement und Barrierefreiheit), die sich durch alle Handlungsfelder und Projekte ziehen.

Im Folgenden sind die Handlungsfelder sowie die zugehörigen Projekte jeweils mit einer Kurzbeschreibung, Zuständigkeiten, Umsetzungspriorität sowie einer Grobkostenschätzung (falls möglich) ausgearbeitet.

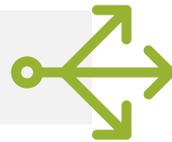
Die Projekte innerhalb der Handlungsfelder wurden anhand ihrer Priorität gewichtet und sortiert. In jedem Handlungsfeld wurden Schlüsselprojekte definiert, die deutlich zur Erreichung der definierten Ziele beitragen. Projekte im sogenannten Ideenspeicher wurden im Rahmen des Prozesses ebenso entwickelt, sind aber für die touristische Entwicklung von nicht so hoher Relevanz wie die anderen Projekte. Sie sind im Konzept ebenso aufgeführt, aber weniger detailgenau ausgearbeitet.

Vor den Projektbeschreibungen ist eine Maßnahmentabelle eingefügt, in dieser sind alle Projekte (mit Ausnahme des Ideenspeichers) übersichtlich mit Prioritäten, Grobkostenschätzung und Umsetzungszeitraum dargestellt (siehe „Maßnahmentabelle“)

Alle Projekte wurden einem Handlungsfeld zugeordnet, leisten aber häufig einen Beitrag für mehrere Handlungsfelder. Deshalb wurde für die Schlüsselprojekte eine Übersicht erstellt, die zeigt, welchen Beitrag diese Projekte zu den verschiedenen Handlungsfeldern leistet (siehe „Schlüsselprojekte – Handlungsfelder“).

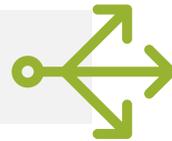
# Handlungsfelder

## HF 1 - Aktivtourismus und Naturschutz



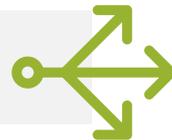
Weiterentwicklung der aktivtouristischen Angebote mit Fokus auf Zielgruppeneignung, Qualität und Naturverträglichkeit.

## HF 3 - Geschichte und Kultur



Strategische Stärkung und Aufbau der Tollense-Region als geschichtsträchtige Kulturregion mit Verknüpfung zu aktivtouristischen Themen.

## HF 5 - Zusammenarbeit und Innenmarketing



Schaffung einer belastbaren Organisationsstruktur und Verbesserung der internen Zusammenarbeit auf Ebene der Verwaltung sowie touristischer Akteure.



## HF 2 - Beherbergung, Gastronomie und Regionalvermarktung

Entwicklung und Optimierung des Angebotes in Beherbergung, Gastronomie und Regionalvermarktung.



## HF 4 - Mobilität

Verbesserung und Attraktivierung der touristisch relevanten Mobilitätsangebote vor Ort sowie auch Regionsübergreifend.



## HF 6 - Außenkommunikation

Strategische Neuaufstellung der Außenkommunikation als Tollense-Region und zielgruppenspezifische Kommunikation der touristischen Angebote.

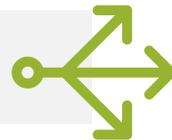
## Querschnittsthemen

### Nachhaltigkeit



Berücksichtigung der drei Säulen der Nachhaltigkeit „Ökologie“, „Soziales“ und „Wirtschaft“ bei der gesamten Angebotsentwicklung. Dadurch wird ein schonender und langfristig tragbarer Ansatz implementiert, der die ökologische Verträglichkeit ebenso berücksichtigt wie die soziale Verträglichkeit und wirtschaftliche Tragfähigkeit.

### Qualitätsmanagement



Sicherstellung eines dauerhaften Qualitätsmanagements bei der gesamten Angebotsentwicklung. Dazu gehört die Erfassung von wichtigen touristischen Kennziffern, aber auch die Sicherstellung von finanziellen und personellen Ressourcen zur Kontrolle, Instandhaltung und Weiterentwicklung der Angebote.



### Barrierefreiheit

Barrierefreiheit wird in diesem Konzept nicht als spezielles Angebot für eine Zielgruppe definiert, sondern ist als ganzheitliches Konzept zu verstehen. Ziel ist es, allen Menschen ein möglichst selbstständiges und komfortables Erleben zu ermöglichen. Dazu gehört eine barrierefreie bzw. barrierearme Umsetzung von Infrastrukturmaßnahmen ebenso wie eine gezielte und klare Kommunikation. Alle Maßnahmen werden dahingehend geprüft und für eine möglichst barrierefreie Umsetzung für Alle implementiert.

# Maßnahmentabelle I

Nachfolgend sind alle Projekte (außer Projekte aus dem Ideenspeicher) in einer Tabelle zusammengefasst. Neben der Projektnummer ist in der Tabelle auch die Priorität, ggf. Grobkosten sowie ein empfohlener Umsetzungszeitraum dargestellt.

Nr.	Name	Priorität	Grobkosten	Umsetzungszeitraum
1.1	<b>Qualitätsinitiative Radtourismus</b>	+++	<b>30.000 €* *erste Planungskosten</b>	<b>2024 - 2026</b>
1.2	<b>Wanderkonzeption Tollense-Region</b>	+++	<b>50.000 €* *Konzeption</b>	<b>2024 - 2025</b>
1.3	Qualitätsinitiative Bootsverkehr Tollensesee	++	530.000 €	ab 2025
1.4	Qualitätsinitiative Wassersport	++	140.000 €	ab 2025
1.5	Sensibilisierungskampagne Naturschutz	++	15.000 €	ab 2024
2.1	<b>Ansiedlungsmanagement neuer Beherbergungsbetriebe</b>	+++	-	<b>ab 2024</b>
2.2	Mobile Food Trucks (rollende Imbisswagen)	++	-	ab 2027
2.3	Ausbau Wohnmobilangebot	+	ab 150.000 €	ab 2026

*Erläuterung: + geringe Priorität ; ++ mittlere Priorität; +++ hohe Priorität; Schlüsselprojekte sind in fett dargestellt*

## Maßnahmentabelle II

Nr.	Name	Priorität	Grobkosten	Umsetzungszeitraum
3.1	Inwertsetzung der Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit	++	-	ab 2026
3.2	Aufwertung wichtiger Tourismusstätten	++	-	ab 2024
3.3	Erweiterung des Veranstaltungsangebotes	+	-	ab 2027
4.1	Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort	+++	-	ab 2025
4.2	Ausbau des überregionalen ÖPNV-Angebots	++	-	ab 2026
5.1	Tourismuskordinationsstelle für die Tollense-Region	+++	60.000 €	ab 2024
5.2	Optimierung von Netzwerkarbeit und Abstimmungsprozessen	+++	-	ab 2024
6.1	Markenbildungsprozess und Kooperationen	+++	-	ab 2024
6.2	Entwicklung einer gemeinsamen Webseite/Plattform	+++	20.000 €	ab 2025
6.3	Aufbau von Social-Media-Aktivitäten und PR-Arbeit	++	24.000 €	ab 2026

*Erläuterung: + geringe Priorität ; ++ mittlere Priorität; +++ hohe Priorität; Schlüsselprojekte sind in fett dargestellt*

# Übersicht Schlüsselprojekte I

Alle Projekte wurden einem primären Handlungsfeld zugeordnet, leisten aber zumeist auch einen Beitrag für weitere Handlungsfelder.

Nachfolgend wurde für die Schlüsselprojekte eine Übersicht erstellt, die zeigt, welchen Beitrag diese Projekte zu den verschiedenen Handlungsfeldern leisten.

Nr.	Name	HF 1 Aktivtourismus & Naturschutz	HF 2 Beherbergung, Gastro & Regionalvermarktung	HF 3 Geschichte und Kultur	HF 4 Mobilität	HF 5 Zusammenarbeit und Innenmarketing	HF 6 Außenkommunikation
1.1	Qualitätsinitiative Radtourismus	+++	++	+++	+	+	++
1.2	Wanderkonzeption Tollense-Region	+++	++	+++	+	+	++
2.1	Ansiedlungsmanagement neuer Beherbergungsbetriebe	+	+++	+	+	+	++

**Erläuterung:** + geringer Wirkungsbeitrag; ++ mittlerer Wirkungsbeitrag; +++ großer Wirkungsbeitrag

## Übersicht Schlüsselprojekte II

Nr.	Name	HF 1 Aktivtourismus & Naturschutz	HF 2 Beherbergung, Gastro & Regio- nalvermarktung	HF 3 Geschichte und Kultur	HF 4 Mobilität	HF 5 Zusammen- arbeit und Innenmarketing	HF 6 Außen- kommunikation
3.1	Inwertsetzung der Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit	+++	+	+++	+	++	++
3.2	Aufwertung wichtiger Tourismusstätten	+++	+	+++	+	+	++
4.1	Verbesserung der tour. Mobilität vor Ort	++	+	+	+++	+	+
5.1	Tourismus- Koordinationsstelle	++	++	++	+	+++	++
5.2	Optimierung von Netzwerkarbeit und Abstimmungsprozessen	++	++	++	+	+++	++

*Erläuterung: + geringer Wirkungsbeitrag; ++ mittlerer Wirkungsbeitrag; +++ großer Wirkungsbeitrag*

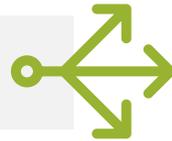
## Übersicht Schlüsselprojekte III

Nr.	Name	HF 1 Aktivtourismus & Naturschutz	HF 2 Beherbergung, Gastro & Regio- nalvermarktung	HF 3 Geschichte und Kultur	HF 4 Mobilität	HF 5 Zusammen- arbeit und Innenmarketing	HF 6 Außen- kommunikation
6.1	Markenbildungsprozess und Kooperationen	+	+	+	+	++	+++
6.2	Entwicklung einer gemeinsamen Webseite / Plattform	++	++	++	+	++	+++

*Erläuterung: + geringer Wirkungsbeitrag; ++ mittlerer Wirkungsbeitrag; +++ großer Wirkungsbeitrag*

# Übersicht Projekte Handlungsfeld 1

## HF 1 - Aktivtourismus und Naturschutz



Weiterentwicklung der aktivtouristischen Angebote mit Fokus auf Zielgruppeneignung, Qualität und Naturverträglichkeit.

P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus

P 1.2 Wanderkonzeption Tollense-Region

P 1.3 Qualitätsinitiative Bootsverkehr Tollensesee

P 1.4 Qualitätsinitiative Wassersport

P 1.5 Sensibilisierungskampagne Naturschutz

P 1.6 Entwicklung Familien-Naturerlebnisort Stargarder Bruch

P 1.7 Weiterentwicklung der Nordic-Walking Parks

P 1.8 Potenzialanalyse Wellness- und Gesundheitstourismus

P 1.9 Erlebnisorientierte Angebotsentwicklung

Schlüsselprojekte

Ideenspeicher

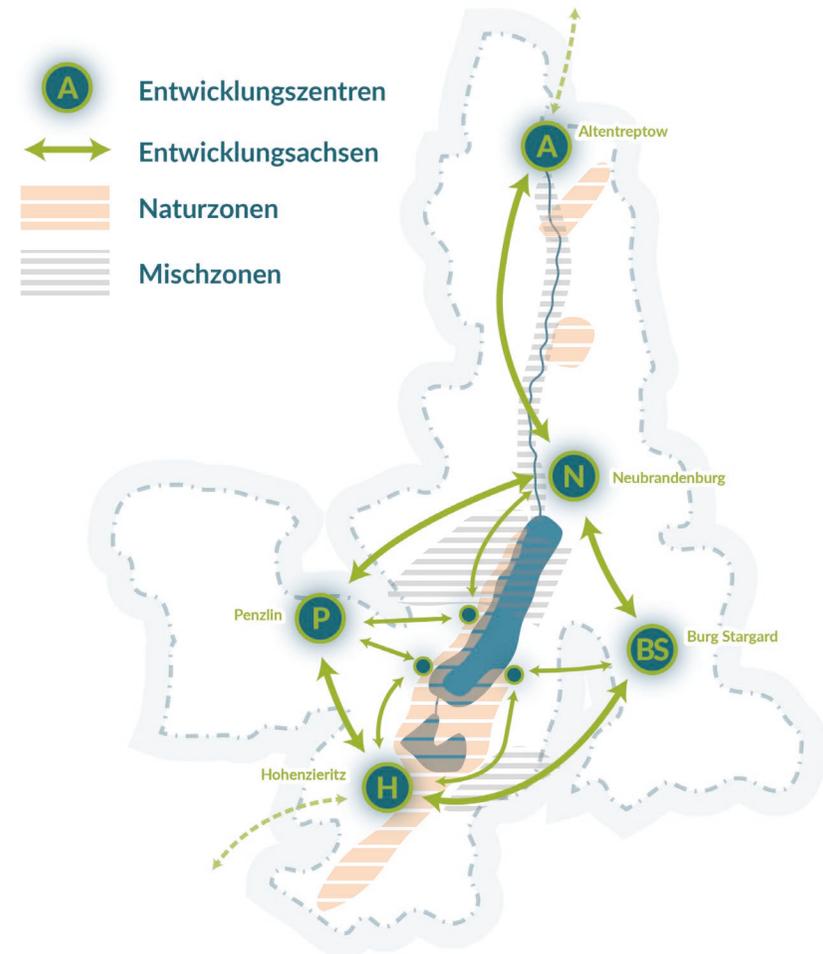
# Hinführung: Tourismuslenkung in der Tollense-Region

Mit dem vorliegenden Tourismuskonzept soll auch ein Beitrag für die Lenkung der Besucher in der Tollense-Region erreicht werden. Dies ist insbesondere für die Projekte im Bereich Aktivtourismus und Naturschutz relevant.

In der Region lassen sich räumliche Schwerpunktgebiete festlegen, die naturschutzfachliche und touristische Planungen in Einklang bringen: In den **touristischen Schwerpunktzonen** (Entwicklungszentren und Entwicklungsachsen) kann der Tourismus weiter ausgebaut werden. Die Kommunen (Altentreptow, Neubrandenburg, Penzlin, Burg Stargard und Hohenzieritz) stellen die größeren touristischen Zentren dar. Hinzu kommen wichtige Punkte wie Alt Rehse, Wustrow und Groß Nemerow direkt am Seeufer des Tollensesees. Entwicklungsachsen lenken die Besucher durch die Region.

In den sogenannten **Mischzonen** ist eine touristische Entwicklung ebenfalls möglich, hier muss aber auf eine sanfte Entwicklung, die naturschutzfachliche Aspekte von Beginn an einbezieht, besonders Wert gelegt werden. In den **Naturzonen** liegt der Fokus auf dem Schutz der Natur. Eine touristische Nutzung ist im bereits bestehenden Rahmen möglich, sollte aber nicht weiter entwickelt werden.

**Hinweis:** Unabhängig von den Schwerpunktzonen müssen touristische Entwicklungen, v.a. im Bereich Infrastruktur, immer mit Naturschutz-, Forst- und Denkmalbehörden abgestimmt werden.



## P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus I

Um den Radtourismus in der Region zu stärken, ist ein attraktives Radroutennetz essenziell. Dazu gehört neben den Radstrecken (attraktive Streckenführung) auch die Qualität des Bodenbelags, eine gute Beschilderung sowie eine begleitende Infrastruktur und Erlebnisinszenierung (Rastmöglichkeiten, Radservicestationen, Infotafeln etc.).

Das Streckennetz inkl. wichtiger Anschlüsse ist in der Tollense-Region bereits auf einem guten Stand (siehe Analyse „Fokusthema Rad“). In den letzten Jahren sind mehrere Radkonzepte entstanden, die sich vor allem mit den Streckenverläufen intensiv auseinandersetzen. Das bestehende Netz kann zukünftig mit ausgewählten, sportorientierten Radangeboten (Mountainbike, Gravel) ergänzt werden.

Die Basisinfrastruktur in der Region muss dringend aufgewertet werden. Dazu gehört zunächst die Beschilderung der Touren. Es wird empfohlen, diese im deutschlandweit verbreiteten FGSV-System umzusetzen. Dieses besteht aus einer Wegweisung mit Zielbelegung. Die einzelnen Radtouren (z.B. Tollenseesee-Radrundweg) werden mit Einschüben gekennzeichnet. Die Umsetzung der Beschilderung sollte übergreifend in der gesamten Region stattfinden, um Synergieeffekte zu nutzen.

*Hinweis:* Bei neu auszuschildernden Radrouten im Landkreis MSE wird das FGSV-System bereits umgesetzt (Koordination durch die Wirtschaftsförderung Mecklenburgische Seenplatte GmbH). Die Wegequalität (v.a. Oberfläche) muss an vielen Radwegen in der Region aufgewertet werden. Eine gut ausgebaute Radstrecke hat eine möglichst glatte, rutschfeste Oberfläche. Optimal sind asphaltierte Wege. Hier ist auf die jeweilige Zielgruppe zu achten: Sportorientierte Radfahrer benötigen weniger gut ausgebaute Radwege als beispielsweise klassische Tourenradfahrer.

In einem zweiten Schritt sollte der Erlebniswert mittels Service- und Erlebnisinfrastruktur aufgewertet werden. Wichtig für attraktive Touren ist vor allem die Schaffung von geeigneten Rastmöglichkeiten mit Abstellanlagen und die Schaffung von Erlebnispunkten. Radservicestationen und E-Bike-Ladestationen runden das Erlebnis ab.

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	2024 - 2026

## P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus II

### Zuständigkeiten:

- Landkreis Mecklenburgische Seenplatte: Beschilderung
- Landkreis Mecklenburgische Seenplatte: Wegequalität (Oberfläche) bei Kreis- oder Landstraßen
- Stadt Neubrandenburg und Ämter der Anliegerkommunen: Wegequalität (Oberfläche) bei kommunalen oder nicht gewidmeten Straßen
- *Hinweis:* Da Radwege oft interkommunal verlaufen ist eine gezielte Abstimmung zwischen den Kommunen notwendig.

### Relevante Akteursgruppen:

- Forst
- Naturschutz, ggf. Privateigentümer
- Kreissportbund Seenplatte e.V.
- ADFC

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Erfassung und Planung Basis-Infrastruktur

- Bewertung aller vorhandenen Radwege (auf Basis der Befahrungen im Rahmen des Radwegekonzepts für den Landkreis Mecklenburgische Seenplatte)
- Bewertung der Touren auf touristische Nutzbarkeit
- Aufnahme von Mängeln der Beschilderung
- Erfassung und Bewertung der vorhandenen Infrastruktur (Rastplätze, Anlehnbügel, Erlebnispunkte, Servicestationen, E-Bike-Ladestationen etc.)

#### Schritt 2: Aufwertung Basis-Infrastruktur

- Verbesserung der Wegequalität an mangelhaften Stellen bzw. Umlegen/Anpassen der Routenführung
- Erstellen eines Beschilderungsplans (FGSV-Beschilderung)
- Bestellung & Montage fehlender/neuer Beschilderung
- Ergänzung des aktuellen Angebots mit neuen, sportorientierten Angeboten wie Gravel-Bike und ggf. an ausgewählten Standorten Mountainbike (z.B. Pumptracks)

#### Schritt 3: Planung der Serviceinfrastruktur

- Identifizierung von geeigneten Punkten für neue Infrastruktur bzw. Optimierung der vorhandenen Infrastruktur anhand der Ergebnisse aus Schritt 1 und 2 sowie den Empfehlungen des ADFC.
- Folgende Infrastruktur wird empfohlen:
  - Radinfotafeln (1x pro Kommune mit Radweg, 1x pro Startpunkt)
  - Radabstellanlagen (an POIs, Rastplätzen etc.)
  - Rastplätze (außerhalb von Ortschaften alle 15 km, an POIs oder Aussichtspunkten)
  - Servicestationen
  - E-Bike-Ladestationen
- Abstimmung der Ausführungsvarianten der Serviceinfrastruktur mit den beteiligten Akteuren
- Abstimmung der Standorte (Forst, Naturschutz, ggf. Eigentümer) und Umsetzung der neuen Infrastruktur

## P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus III

### Schritt 4: Entwicklung von Erlebnisinfrastruktur

- Festlegung von geeigneten Themenschwerpunkten für die einzelnen touristischen Routen (z.B. Tollensesee-Radrundweg: Geschichte des Tollenseses; Stadtmauer und Burg: Backsteingotik, Burgen)
- Umsetzung von Erlebnisinszenierung entlang der Routen z.B. durch Erlebnispunkte (Infotafeln an POIs), Audioguide, Flyer.
- Abstimmung der Ausführungsvarianten der Erlebnisinfrastruktur mit den beteiligten Akteuren

### Schritt 5: Einrichten Pflegemanagement

- Festlegung eines Kümmerers für das Qualitätsmanagement der Radwege
- Aufbau einer Struktur zur Abarbeitung von gemeldeten Mängeln (z.B. aufbauend auf dem Mängelmelder der Stadt Neubrandenburg)
- Aufbau einer regelmäßigen Kontrollbefahrung der Beschilderung und der Wege zur Identifikation und Behebung von Mängeln

### Schritt 6: Außenkommunikation

- Digitalisierung der Routen und Einstellen auf den touristischen Webseiten (z.B. TV MSE, Regionswebseite) und auf den Online-Plattformen (z.B. komoot, Outdooractive)

### Grobkostenschätzung:

- Schritt 1: 15.000 €
- Schritt 2: Abhängig vom Umfang der erforderlichen Bau-maßnahmen
- Schritt 3: 15.000 €
- Schritt 4: Abhängig von der Ausführung der Erlebnisinfrastruktur
- Schritt 5 & 6: 5-10.000 €/ Jahr

### Fördermöglichkeiten:

- Regionaler Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte
- Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern: Sonderprogramm Stadt und Land
- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Errichtung von Radabstellanlagen im Rahmen der Bike+Ride-Offensive
- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Punktuelle Verbesserung und Ausbau von Rad-, Reit, Wander- und Wasserwegen bei definierter Priorität)
- Zu prüfen: Klimaschutzprogramm

## P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus IV

### Sofortmaßnahme „Sanierung Tollensesee-Radrundweg“:

Der Tollensesee-Radrundweg ist eines der touristischen Highlights der Region. Es wird deshalb empfohlen, den Tollensesee-Radrundweg in einem ersten Schritt, parallel zu der Erfassung und Planung der weiteren Radwege, zu sanieren. Dabei ist darauf zu achten, dass der Tollensesee-Radrundweg an vielen Orten auch häufig von Spaziergängern und Wanderern genutzt wird. Bei der Verbesserung der Wegequalität sollte darauf geachtet werden, dass der Weg auch für Fußgänger attraktiv bleibt bzw. alternative Wegführungen für Fußgänger gefunden werden.

Das Vorgehen erfolgt analog zu den Maßnahmenschritten der Qualitätsinitiative Radtourismus (siehe vorherige Seiten). Nachfolgend sind wichtige Stellen für die Sanierung sowie mögliche Punkte für die Aufwertung des Radweges dargestellt.

### Aufwertung Basis-Infrastruktur:

- Größter Handlungsbedarf bei der Verbesserung der Wegequalität:
  - Forstwege auf der westlichen Seeseite (v.a. Gatscher Damm)
  - Ortsdurchfahrt Zippelow
- Prüfung und Vervollständigung der Beschilderung

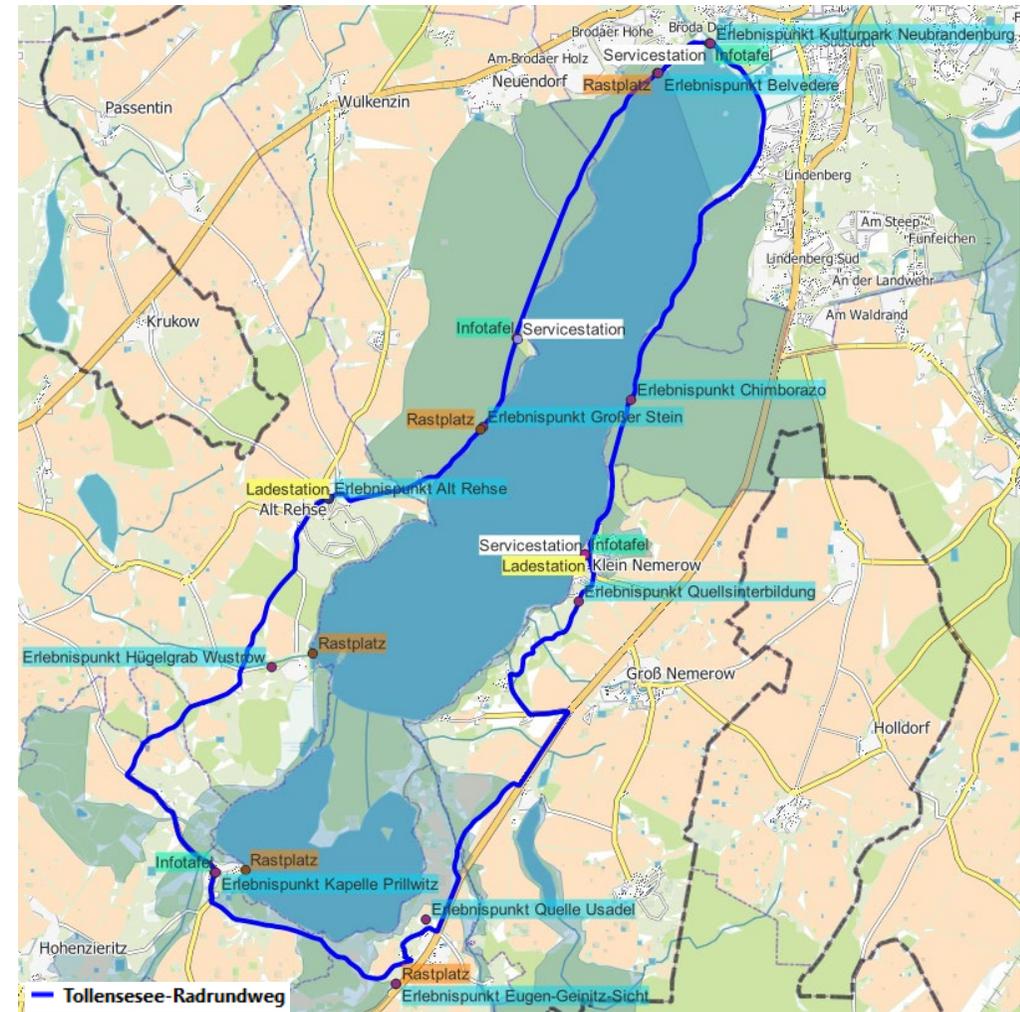
### Standortvorschläge für die Aufwertung der Serviceinfrastruktur (siehe Karte folgende Seite)

- Radinfotafeln:
  - Kulturpark Neubrandenburg
  - Campingplatz Gatsch Eck
  - Prillwitz
  - Klein Nemerow
- Rastplätze mit Radabstellanlagen:
  - Belvedere
  - Großer Stein (Landmessers Ruh)
  - Badestelle Wustrow
  - Prillwitz
  - Eugen-Geinitz-Sicht
- Servicestationen
  - Kulturpark Neubrandenburg
  - Campingplatz Gatsch Eck
  - Klein Nemerow (z.B. am Heidehof)
- E-Bike-Ladestationen
  - Alt Rehse
  - Klein Nemerow (z.B. am Heidehof)

## P 1.1 Qualitätsinitiative Radtourismus V

### Vorschläge für Standorte für die Entwicklung von Erlebnisinfrastruktur:

- Themenschwerpunkt: „Eine Reise durch die Geschichte des Tollensesees“
- Erlebnispunkte:
  - Kulturpark Neubrandenburg
  - Belvedere
  - Großer Stein (Landmessers Ruh)
  - Alt Rehse
  - Hügelgrab bei Wustrow
  - Kapelle und Burgberg Prillwitz
  - Eugen-Geinitz-Sicht
  - Quelle bei Usadel
  - Quellsinterbildungen Klein Nemerow
  - Chimborazo



## P 1.2 Wanderkonzeption Tollense-Region I

Die Tollense-Region eignet sich gut für ein wander-touristisches Angebot, ist bisher aber nur unzureichend erschlossen (siehe Analyse „Fokusthema Wandern“).

Im Bereich Wandern bestehen bisher keine übergreifenden Planungen oder Konzeptionen. Es wird deshalb empfohlen, zunächst eine Wanderkonzeption zu erstellen. Durch die einheitliche Betrachtung und spätere Umsetzung der Wanderwege wird für Besuchende ein übergreifendes, leicht nutzbares und attraktives Erlebnis geschaffen.

Dafür werden zunächst bestehende Wanderwege analysiert und festgelegt, welche Erlebnispunkte und Sehenswürdigkeiten (=POIs) in das Wanderwegenetz eingebunden werden sollen. Auf dieser Grundlage wird ein Wanderwegenetz entwickelt, das sowohl die bestehenden Touren integriert als auch über neue Touren weitere POIs erschließt.

Die einzelnen Touren sollten nach Möglichkeit thematisch aufgewertet werden und unterschiedliche Längen und Themenschwerpunkte aufweisen, so dass für alle Zielgruppen geeignete Wege vorhanden sind. Um den Besuchenden die Orientierung in der gesamten Region zu erleichtern, sollte das bestehende Zielwegweisungssystem mit Wegplaketten modernisiert und übergreifend umgesetzt werden.

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen
- *Hinweis:* Da die Wanderwege oft interkommunal verlaufen, ist eine gezielte Abstimmung zwischen den jeweiligen Kommunen notwendig.

### Relevante Akteursgruppen:

- Forst
- Naturschutz (Naturschutzbehörde, ehrenamtlicher Naturschutz)
- Neubrandenburger Wanderfreunde e.V.
- Kreissportbund Seenplatte e.V.
- Ggf. Privateigentümer

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

## P 1.2 Wanderkonzeption Tollense-Region II

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Erstellung einer Basis-Wanderkonzeption

- Begehung und Analyse bestehender Wanderwege
- Identifikation von POIs, welche in das Wegenetz eingebunden werden sollen
- Planung neuer Touren
- Daraus Entwicklung eines übergreifenden Wanderwegenetzes mit unterschiedlich langen Wegen für alle Zielgruppen (z.B. spezielle Angebote für Familien)
- Prüfen und Sicherstellung der Anbindung der Touren an ÖPNV & Schifffahrt, POIs, Einkehrmöglichkeiten etc.
- Setzen von Themenschwerpunkten für Touren (z.B. Aussicht, alte Schmugglerwege, Naturerlebnis)
- Weiterentwicklung des bestehenden Wander-Beschilderungssystems für die gesamte Region
- Planung von Infrastruktur an den Wanderrouten wie Rastmöglichkeiten, SB-Automaten, Wandertafeln und weiteren Erlebnispunkten wie inszenierte Aussichtspunkte oder Stempelstellen entlang der Strecken
- Abstimmung der Ausführungsvarianten der Serviceinfrastruktur mit den beteiligten Akteuren
- Prüfung, ob einzelne Touren zertifizierbar sind als Premiumwege oder Qualitätswege (z.B. Grüne Runde)
- Abstimmung und Genehmigung aller vorgeschlagenen Wanderwege und der Infrastruktur mit den relevanten Akteuren (Forst, Naturschutz, Eigentümer etc.)

#### Schritt 2: Umsetzung der Wanderkonzeption

- Erstellen von Beschilderungsplänen für die Wandertouren
- Bestellung und Montage der Beschilderung
- Umsetzung der geplanten Basis-Infrastruktur wie Rastmöglichkeiten, Wandertafeln etc. sowie der weiteren Erlebnisinszenierung (z.B. Stempelstellen, Panoramen)
- Ggf. Zertifizierung einzelner Touren
- Digitalisierung der Routen und Einstellen auf den Webseiten und auf den Online-Plattformen

#### Schritt 3: Einrichten Pflegemanagement

- Festlegen eines Kümmerers für das Qualitätsmanagement der Wanderwege
- Aufbau einer Struktur zur Abarbeitung von gemeldeten Mängeln
- Aufbau einer regelmäßigen Kontrollbefahrung der Beschilderung und der Wege zur Identifikation und Behebung von Mängeln

#### Schritt 4: Außenkommunikation

- Digitalisierung der Routen und Einstellen auf den touristischen Webseiten (z.B. TV MSE, Regionswebseite) und auf den Online-Plattformen (z.B. komoot, Outdooractive)

## P 1.2 Wanderkonzeption Tollense-Region III

### Umsetzungshinweise:

#### Einzubindende Wege in die Wanderkonzeption:

- Pilgerweg Mecklenburgische Seenplatte
  - Überregionaler und gut beschilderter Wanderweg, Anschluss an den Müritz-Nationalpark Weg
- Grüne Runde Neubrandenburg
  - Attraktive Rundtour um Neubrandenburg
  - Bereits mit Wegplaketten beschildert und gut gepflegt
- Waldlehrpfad Neuendorf
  - Sollte instandgesetzt und als Rundwanderweg ausgestaltet werden
- Naturlehrpfad Groß Nemerow
  - Sollte instandgesetzt und zum Anleger Nonnenhof erweitert werden
  - Bietet sich als Familientour in Kombination mit einer Schifffahrt an; siehe „ÖPNV-Touren“
- Tollensebecken-Rundweg
  - Als großer Rundweg um den Tollensesee
  - Sollte wieder ausgeschildert und im südlichen Bereich an den Verlauf des Burgenwanderwegs angepasst werden
- Burgenwanderweg
  - Beschilderung sollte wieder instandgesetzt werden
- Naturerlebnispfad Stargarder Bruch
  - Langfristig: Weiterentwicklung zu Familien-Naturerlebnisort

- Sieben-Berge Rundweg
- Königin-Luise-Route: als Verbindung zwischen Hohenzieritz und Penzlin, sowie Anschluss über Fernwanderweg nach Berlin

#### Ideen für neue Touren:

- Hellberge (z.B. Tour von Prillwitz aus, Anschluss in Richtung Ehrenhof und über die Feldmark)
- Rundtour von Altentreptow nach Mühlenhagen
- Rundtour von Altentreptow entlang des Randkanals nach Süden
- Halbtagestour Nemerower Holz mit Chimborazo und Behmshöhe

#### Grobkostenschätzung:

- Schritt 1: ca. 50.000 €
- Schritt 2: ca. 40.000 €
- Schritt 3 & 4: Laufende Kosten, ca. 5-10.000 €

#### Fördermöglichkeiten:

- Regionaler Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte (Schritt 1)
- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Punktuelle Verbesserung und Ausbau von Rad-, Reit, Wander- und Wasserwegen bei definierter Priorität)

## P 1.3 Qualitätsinitiative Bootsverkehr Tollensesee I

Der Tollensesee wird bisher durch die Schifffahrt (Fahrgastschifffahrt, Bootsverleih, private Bootsnutzung) und eher durch Naherholung/Vereine/Private denn durch Tourismus mit entsprechender lokaler Wertschöpfung genutzt. Sollte das Angebot quantitativ touristisch ausgebaut werden, dann ist neben einer wirtschaftlichen Wertschöpfung auf naturschutzfachliche Punkte zu achten.

Im Rahmen einer Qualitätsinitiative Bootsverkehr für den Tollensesee soll das bestehende Angebot qualitativ aufgewertet und besser gelenkt werden, um naturschutzfachlich sensible Bereiche wie die Schilfflächen besser zu schützen.

### Projektbausteine:

- Aufwertung bestehender Steganlagen der Fahrgastschifffahrt durch
  - Bessere Anknüpfung an Rad- und Wanderwege (siehe „Qualitätsinitiative Rad“ und „Wanderkonzeption Tollense-Region“)
  - Schaffung von attraktiven Rastmöglichkeiten an den Anlegestellen, v.a. Prillwitz (ggf. in Kombination mit Futterrucksack, rollende Imbisswagen), ggf. Nonnenhof (in Abstimmung mit Naturschutz)
- Festlegung von festen Ankerplätzen für Motorboote bzw. von naturschutzfachlich relevanten Uferbereichen, in denen ein Anlegen nicht erlaubt ist, in Form von freiwilligen Vereinbarungen (=Lenkung)

- Schaffung einer neuen Anlegestelle am Hotel Bornmühle
  - Im Hinblick auf die Besucherlenkung und die Wirtschaftlichkeit der Steganlagen wird eine Schaffung einer Anlegestelle am Hotel Bornmühle empfohlen
  - Die Gespräche und Abstimmungen mit dem Naturschutz zur Umsetzung sollten erneut aufgegriffen werden
  - Politisch sollte dies ebenfalls erneut zur Diskussion gestellt werden
- Erhalt der bestehenden Steganlagen und Fahrgastschiffahrtsrouten (siehe auch „Konzept Fahrgastschiffsanleger Tollensesee 2017“)
  - Ein Ausbau der Fahrzeiten der Fahrgastschiffe bzw. Öffnung der Lieps für private Boote oder Kanus ist aus naturschutzfachlichen Gründen nicht möglich
- Prüfung der Möglichkeiten weiterer Slipanlagen für Bootsbesitzer, z.B. in Wustrow, in Abstimmung mit dem Naturschutz



Zielgruppenansprache:

Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen

Priorität:



Umsetzungszeitraum:

Ab 2025

## P 1.3 Qualitätsinitiative Bootsverkehr Tollensesee II

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen am Tollensesee
- Naturschutz (Naturschutzbehörde, ehrenamtlicher Naturschutz) für Festlegung von Ankerplätzen bzw. Verbotszonen

### Relevante Akteursgruppen:

- Untere Wasserbehörde Landkreis MSE
- STALU
- Wasserschutzpolizei
- Anlieger der Anlegestellen (z.B. Campingplatz Gatsch Eck, Alt Rehse, Jagdschloss Prillwitz)

### Grobkostenschätzung:

- Aufwertung bestehender Steganlagen: 30.000 €
- Festlegung von festen Ankerplätzen bzw. Verbotszonen: Keine Investitionen erforderlich
- Erhalt der bestehenden Steganlagen sowie Lieps-Kanal: 500.000 €

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Punktuelle Verbesserung und Ausbau von Rad-, Reit, Wander- und Wasserwegen bei definierter Priorität)

### Best-Practice Beispiele:

#### „Freiwillige Vereinbarung Naturschutz, Wassersport und Angeln Plauer See“

- Freiwillige Vereinbarung zwischen Wassersportlern, Bootsvermietern und Anglern mit dem STALU sowie mit Landkreisen, Naturschutzverbänden und Kommunen
- Schaffung einer offenen und vertrauensvollen Zusammenarbeit
- Festlegung von naturschutzfachlich sensiblen Bereichen, die auf freiwilliger Basis besser geschützt werden sollen
- Jährliche Zustandsüberwachung (durch das STALU) und Erfolgskontrolle durch jährliche Gesprächsrunden

#### „Freiwillige Vereinbarung Naturschutz, Wassersport und Angeln im Greifswalder Bodden“

- Grundlage ist eine Seekarte des Greifswalder Boddens und Strelasunds, in der eine Befahrensregelung farblich dargestellt wird. Diese ist teilweise freiwillig, teilweise verpflichtend
- Die Einhaltung wird über ein Bootmonitoring untersucht und jährlich im Jahresbericht zur Schutzgebietenbetreuung veröffentlicht

## P 1.4 Qualitätsinitiative Wassersport I

Die Tollense und auch der Tollenseesee sind prinzipiell für wassersportliche Aktivitäten wie Kanu oder SUP touristisch nutzbar. Die tatsächliche Nutzbarkeit wird allerdings durch fehlende Infrastrukturangebote eingeschränkt.

Im Rahmen der Qualitätsinitiative Wassersport soll das Grundangebot entlang der Tollense und am Tollenseesee durch Umsetzung bzw. Aufwertung bestehender Infrastruktur optimiert werden.

### Projektbausteine:

- Attraktivierung der Tollense für die kanutouristische Nutzung durch Umsetzung des Wasserwanderkonzeptes aus dem Jahr 2020. Schwerpunktbereiche im Projektgebiet:
  - Entwicklung von festen Kommunikationswegen zwischen STALU und touristischen Akteuren in Hinblick auf den Wasserstand und die Krautung (Informationen zur Krautung liegen beim STALU vor, diese müssen an die touristischen Akteure und Stellen, z.B. Tourismusverantwortliche und deren Webseiten, weitergeleitet werden; siehe auch P 5.2)
  - Befahrbarkeit des Ölmühlenbachs verbessern durch Optimierung der Umtragestellen Hopfenburg und Eisenbahnbrücke
  - Schaffung von Rastplätzen entlang der Tollense in Abstimmung mit STALU und Naturschutz

- Attraktivierung des Tollenseesee für die kanutouristische Nutzung
  - Attraktivierung bestehender Anlegestellen, v.a. Badestrand Wustrow durch Pflegemaßnahmen, attraktive Rastmöglichkeiten, sofern möglich Toilettenanlage
  - Schaffung von ein bis zwei weiteren Anlegestellen für Kanu im nördlichen Bereich des Tollenseesee in Abstimmung mit Naturschutz
  - Entwicklung von Tourenvorschlägen für das Marketing (z.B. Brodaer Strand nach Gatsch Eck; „Hafentour“ vom Brodaer Strand entlang der Torpedo-Versuchsanstalt zum Augustabad und am Ufer zurück), inkl. verstärkte Außenkommunikation der bestehenden Verleih-Möglichkeiten

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2025

## P 1.4 Qualitätsinitiative Wassersport II

### Projektbausteine (Fortsetzung):

- Ausbau des Verleih-Systems für Kanu und SUP für bessere Verknüpfbarkeit der Standorte über Ausleih- und Rückgabemöglichkeiten (Brodaer Strand, Augustabad, Wustrow, Burg Klempenow)
- Aufbau Strandkorbverleih am Strandbad Broda oder Augustabad
- Angebotsentwicklung im Bereich Gruppen- und Klassenfahrten mit Fokus auf Erlebnis- und Umweltpädagogik
  - In Zusammenarbeit mit SCN e.V. (es gibt bereits ein entsprechendes Konzept von Seiten des SCN e.V.)
- Nutzbarmachung der Torpedo-Versuchsanstalt für touristisches Tauchangebot
  - In Zusammenarbeit mit privatem Anbieter, ggf. Tauchclub Tollense e.V.
- Ausbau des Angelangebots
  - Einrichten eines Bestellformulars für Angelkarten auf der touristischen Webseite
  - Schaffung eines Angebotes für geführte Angeltouren am Tollenseesee (in Kooperation mit privatem Anbieter oder den Müritzfischern)

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen am Tollenseesee

### Relevante Akteursgruppen:

- Untere Wasserbehörde Landkreis MSE
- Naturschutz
- STALU
- Wasserschutzpolizei
- Wasser- und Bodenverband „Untere Tollense“
- Landeskanuverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- Vereine und Anbieter aus der Region: SCN e.V., Kanustation Klempenow, Aloha SUP, etc.

### Grobkostenschätzung:

- Umsetzung Qualitätsinitiative Tollense: 80.000 €
- Umsetzung Qualitätsinitiative Tollenseesee: 60.000 €

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Punktuelle Verbesserung und Ausbau von Rad-, Reit, Wander- und Wasserwegen bei definierter Priorität)

## P 1.5 Sensibilisierungskampagne Naturschutz I

Die Tollense-Region ist nicht nur touristisch attraktiv nutzbar, sondern beherbergt an vielen Orten auch geschützte Arten und Lebensräume, die auch in Zukunft erhalten und geschützt werden sollen.

Die Sensibilisierungskampagne Naturschutz soll dazu beitragen, die Besuchenden für diese wertvolle Natur zu sensibilisieren und auf positive Weise auf das richtige Verhalten aufmerksam zu machen.

In Zusammenarbeit mit dem Naturschutz (amtlicher und ehrenamtlicher Naturschutz, STALU), Forst und wichtigen Nutzergruppen (Wander- und Kanuverein, ADFC) werden Verhaltensregeln für die Bereiche „Wasser“ und „Land“ entwickelt, die dann im Rahmen der Außenkommunikation immer wieder verwendet werden können.

Umsetzungsformen sind z.B.:

- Flyer
- Infotafeln z.B. an Einsatzstellen der Boote
- Plakate bei Anbietern (z.B. Bootsverleih)

Die Regeln können auch in der Innenkommunikation verwendet werden, z.B. durch ein Führungsangebot von NABU, BUND etc. für Vereine zu Schulungszwecken → es gibt bereits Natur- und Landschaftsführungen, diese sollten eingebunden werden

### Zuständigkeiten:

- Ehrenamtliche Naturschutzverbände in Abstimmung mit
  - Stadt Neubrandenburg und Ämter der Anliegerkommunen
  - STALU
  - Forst
  - Wanderverein
  - ADFC
  - Kanuverband
  - Etc.

### Grobkostenschätzung:

- 15.000 €

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF II, Handlungsfeldziel 1: Bewusstseinsbildung/ Sensibilisierung für regionaltypische Kulturlandschaften mit dem Naturschutz, der Land- und Forstwirtschaft)

	Zielgruppenansprache:	alle Zielgruppen sowie alle Einwohner
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

## P 1.5 Sensibilisierungskampagne Naturschutz II



### Best Practice-Beispiel:

#### Initiative „bewusstWild“

„bewusstWild“ ist eine Initiative für den bewussten Umgang mit Wildtieren und ihrem Lebensraum unter der Trägerschaft der beiden Vereine Auerhuhn im Schwarzwald e.V. und Naturpark Südschwarzwald e.V.

Die Initiative „bewusstWild“ gibt Einblicke in den Alltag der Wildtiere und informiert, worauf man beim Wandern, Schneeschuhlaufen oder Mountainbiken, achten muss, um Wildtiere in ihrem Lebensraum nicht unnötig zu stören. Einfache und eingängliche Regeln helfen den Waldnutzenden, sich im Lebensraum der Wildtiere störungsarm zu bewegen.

Die Initiative „bewusstWild“ setzt vor allem auf Information und Sensibilisierung der Besuchenden, z.B. durch

- Flyer und Plakate
- Infotafeln an Wanderparkplätzen, POIs etc.
- Social Media (Facebook und Instagram)

Zudem werden die Regeln der Initiative inzwischen von vielen Akteuren im Schwarzwald aufgegriffen und z.B. auf Wanderflyern weiterverwendet.



# Handlungsfeld 1: Ideenspeicher

Im Handlungsfeld Aktivtourismus und Naturschutz wurden im Rahmen des Prozesses noch weitere Projektideen entwickelt. Dabei handelt es sich um kleinere Einzelprojekte oder Maßnahmen, die im Rahmen des Beteiligungsprozesses für die touristische Weiterentwicklung der Region als weniger relevant bewertet wurden.

Diese Projekte werden nachfolgend kurz aufgeführt und beschrieben:

## P 1.6 Entwicklung Familien-Naturerlebnisort Stargarder Bruch

- Weiterentwicklung des bestehenden Naturerlebnispfades im Stargarder Bruch zu einem Familien-Naturerlebnispfad mit Beobachtungsstation, Erlebnispunkten für Kinder und Begleitmaterialien
- Die Strecke sollte im Rahmen der Wanderwegkonzeption bereits aufgegriffen und beschildert werden

## P 1.7 Weiterentwicklung der Nordic-Walking Parks

- Weiterentwicklung der bestehenden Nordic-Walking Strecken mit verschiedenen Themenschwerpunkten, z.B. Trimm-Dich-Pfad in Kooperation mit Sporthochschule, Senioren-Bewegungspark, Familien-Bewegungspark, um die vorhandenen Strecken und besonderen Lagen im Wald aufzuwerten

## P 1.8 Potenzialanalyse Wellness- und Gesundheitstourismus

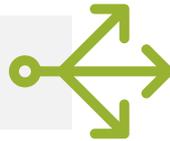
- Prüfen der aktuellen Angebotssituation im Bereich Wellness- und Gesundheitstourismus inkl. Trends und Benchmark-Analyse zur fundierten Bewertung der touristischen Nutzbarkeit des Themas in der Region
- Aufgreifen der attraktiven naturräumlichen Faktoren für gesundheitstouristische Angebote mit dem Fokus auf Natur (z.B. Waldbaden, Gesundheitswald)

## P 1.9 Erlebnisorientierte Angebotsentwicklung

- Entwicklung von Angeboten mit Erlebnisfaktor, z.B. Aufbau Kletterwald, ZipLine, Sauna auf dem See oder am See
- Entwicklung von spezifischen Angeboten im Bereich Teambuilding, auch für größere Gruppen (z.B. Bogenschießen, Waldbaden, Schnitzeljagd)
- Im ersten Schritt sollten private Anbieter gefunden werden, die den späteren Betrieb übernehmen

# Übersicht Projekte Handlungsfeld 2

## HF 2 - Beherbergung, Gastronomie und Regionalvermarktung



Entwicklung und Optimierung des Angebotes in Beherbergung, Gastronomie und Regionalvermarktung.

**P 2.1 Ansiedlungsmanagement neuer Beherbergungsbetriebe**

**Schlüsselprojekt**

P 2.2 Mobile Food Trucks (rollende Imbisswagen)

P 2.3 Ausbau Wohnmobilstellplatzangebot

P 2.4 Qualitätsinitiative Beherbergung und Gastronomie

P 2.5 Entwicklung von touristischen Pauschalen

P 2.6 Futterrucksack (Vesperrucksack)

**Ideenspeicher**

## P 2.1 Ansiedlungsmanagement neuer Beherbergungsbetriebe

Für die touristische Entwicklung einer Region muss ein ausreichendes und qualitatives Angebot an Gastronomie und Beherbergung vorhanden sein. Dieses Angebot ist in der Tollense-Region aktuell nur eingeschränkt verfügbar (siehe Analyse Beherbergung und Gastronomie). Insbesondere am östlichen Seeufer in Neubrandenburg, aber auch in den umliegenden Kommunen, sollte eine touristische Nutzung der Flächen gesichert werden (siehe auch „IREK Auf der Suche nach Rethra, 2004“). Es ist darauf zu achten, sowohl Angebote im höheren Preissegment (min. 3\*) als auch einfachere Angebote wie Ferienwohnungen zu schaffen.

### Projektbausteine:

- Akquise von Bbauungsflächen und Festlegung adäquater Standorte für den Bau eines/mehrerer Hotels
- Finalisierung vorliegender Pläne und Konzepte
- Erstellung eines Grobkonzeptes in Orientierung an das Profil der Tollense-Region als Aktivurlaubsregion
- Durchführung einer Machbarkeitsuntersuchung für die Ansiedlung von Betrieben. Themen-Vorschlag: Entwicklung eines Aktiv-/Sporthotels
- Entwicklung von innovativen Konzepten für weitere Übernachtungsangebote (z.B. Tiny Houses, Bierfässer)
- Ansprache von Investoren und Betreibern

- Ferienwohnungen: Neubau fordern und fördern, Bestandserhebung vervollständigen, direkte Buchbarkeit online verbessern (gerade in Hinsicht auf Großevents wie MSR und Tollenseseeauf, die dann Folgegäste für längere Aufenthalte in der Region nach sich ziehen könnten)

### Zuständigkeiten und mögliche Beteiligte:

- Stadt Neubrandenburg, u.a. Wirtschaftsfördergesellschaft und City-Management
- Landkreise MSE und Anrainergemeinden
- IHK, DEHOGA
- Private Initiativen und Investoren

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

## P 2.2 Rollende Imbisswagen (mobile Food Trucks) I

Rollende Imbisswagen bieten eine gute Möglichkeit, das gastronomische Angebot mit einfachen Mitteln zu verbessern. Sie können saisonal genutzt werden, um ausgewählte Standorte zu bespielen, erfordern geringe Investitionen und sind dadurch weniger risikoreich für die Betreiber. In der Ausgestaltung sind rollende Imbisswagen sehr frei, sie können z.B. als einfache Coffee-Bikes oder als richtige Imbisswagen gestaltet sein.

Der Betrieb wird in Zusammenarbeit mit den Gastronomiebetrieben oder regionalen Produzenten abgewickelt. Es ist ebenso denkbar, die mobilen Imbisswagen an Vereine zu vermieten.

### Zuständigkeiten:

- Hotellerie
- Gastronomie
- Regionale Produzenten

### Relevante Akteursgruppen:

- Ämter der Anrainerkommunen
- Naturschutz (Naturschutzbehörde, ehrenamtlicher Naturschutz)
- IHK, DEHOGA
- Ggf. Stadtwerke NB, GKU, Müritz-Abwasser-Zweckverband
- Ggf. STALU
- Ggf. Grundstückseigentümer

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2027

## P 2.2 Rollende Imbisswagen (mobile Food Trucks) II

### Abgeleitete Maßnahmen zur Umsetzung:

- Abfrage bei den Gastronomiebetrieben/regionalen Produzenten (und ggf. Vereinen) zum Betrieb von rollenden Imbisswagen
- Schaffung von Stellplatzangeboten mit notwendiger Erschließung (Abstimmung mit Naturschutz, Grundstückseigentümern)
- Akquise von Anbietern für den Verleih/Kauf von Imbisswagen (entweder Betriebspartner für Verleih oder Erwerb über regionale Gastronomiebetriebe/regionale Produzenten)
- Begleitung des Angebotes über entsprechende Beschilderung und Marketing

### Umsetzungshinweise:

#### Erste Standortideen für die rollenden Imbisswagen:

- Prillwitz (am Bootsanleger oder an der Kapelle)
- Belvedere
- Kulturpark Neubrandenburg (z.B. Strandbad Broda)
- Alt Rehse
- Altentreptow
- Klein Nemerow

### Grobkostenschätzung:

- Investitionskosten sind abhängig von dem Erschließungsaufwand der Stellplätze, der Ausstattung der Imbisswagen und Produktangeboten

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 3: Stärkung der regionalen Wertschöpfung durch Schaffung und Schließung regionaler Wertschöpfungsketten sowie Vermarktung von regionalen Erzeugnissen und Produkten)
- Landesförderinstitut M-V: Absatzförderung

## P 2.3 Ausbau Wohnmobilstellplatzangebot I

Neben dem Campingplatz Gatsch-Eck gibt es in der Tollense-Region aktuell keinen ausgebauten Wohnmobilstellplatz. Die Nachfrage nach Wohnmobilstellplätzen steigt stetig an, zudem sind Wohnmobilisten eine zahlungskräftige Zielgruppe.

Aus diesem Grund sollte das Wohnmobilstellplatz-Angebot ausgebaut werden. Für ein qualitativ hochwertiges Angebot sollten folgende Aspekte beachtet werden:

- Stromanschluss an jedem Stellplatz
- Entsorgungsmöglichkeiten
- Gastronomisches Angebot bzw. Gastronomie fußläufig erreichbar
- Attraktive Lage (z.B. Seenähe)
- Optimalerweise mit Sanitäreanlagen
- Ca. 10 – 30 Stellplätze

### Dafür wurden mehrere Maßnahmenbausteine entwickelt:

- Erweiterung des Campingplatz Gatsch Eck inkl. Überarbeitung der Zufahrt:
  - Die Zufahrtsstraße über den Gatscher Damm ist v.a. für große Fahrzeuge, aufgrund der schlechten Wegequalität äußerst unkomfortabel
  - Die Zufahrtsstraße muss stückweise saniert und ausgebaut werden. Dafür ist eine Abstimmung und finanzielle Kooperation zwischen Forst, Kommunen und Campingplatz notwendig.

- Schaffung eines neuen Wohnmobilangebotes, idealerweise in Neubrandenburg in Seenähe
  - In der Stadt Neubrandenburg wurden dazu bereits zahlreiche Gespräche und Planungen durchgeführt (Stargarder Bruch, Broda, Altmeiershof, Tollenseheim, Klein Nemerow). Bisher wurden alle Ideen wieder verworfen. Es wird empfohlen, die Gespräche und Überlegungen weiterzuführen.
  - Alternative: Ausbau und Qualifizierung des bestehenden Wohnmobilangebotes am Yachthafen (angrenzender Parkplatz)

Info: Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Konzeptes fand die Prüfung der Bereitstellung eines (einfachen) Wohnmobilstellplatzes am Reitbahnsee statt.

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	2025

## P 2.3 Ausbau Wohnmobilstellplatzangebot II

---

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Campingplatz Gatsch Eck
  - Campingplatz Gatsch Eck e.V.
  - Amt Neverin
  - Forst

### Relevante Akteursgruppen:

- Stadt Neubrandenburg, u.a. Citymanagement, Wirtschaftsfördergesellschaft
- Ämter der Anrainerkommunen
- IHK, DEHOGA

### Grobkostenschätzung:

- Ab 150.000

### Fördermöglichkeiten:

- Regionaler Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte (Planungen)

## Handlungsfeld 2: Ideenspeicher I

Im Handlungsfeld Aktivtourismus und Naturschutz wurden im Rahmen des Prozesses noch weitere Projektideen entwickelt. Dabei handelt es sich um kleinere Einzelprojekte oder Maßnahmen, die im Rahmen des Beteiligungsprozesses für die touristische Weiterentwicklung der Region als weniger relevant bewertet wurden. Diese Projekte werden nachfolgend kurz aufgeführt und beschrieben:

### P 2.4 Qualitätsinitiative Beherbergung und Gastronomie

- Entwicklung eines Service- und Schulungsangebot für die Gastgeber in der Region, z.B.:
  - Initiierung und Begleitung eines Stammtisches für Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe zum Aufbau von Kooperationen
  - Betriebscoachings zu verschiedenen Themen: Zertifizierungen (z.B. Bett+Bike, Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland), Digitalisierung, touristische Themen (z.B. Eiszeit, Barock), Gästeansprache, ÖPNV-Angebot
- in Kooperation mit z.B. :
  - DEHOGA
  - ADFC
  - Digitales Innovationszentrum Neubrandenburg
  - Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte
  - Geowissenschaftlicher Verein Neubrandenburg

### P 2.5 Entwicklung von touristischen Pauschalen

- Entwicklung von touristischen Pauschalen in Zusammenarbeit mit den Gastgebern und touristischen Anbietern vor Ort
- Angebotsentwicklung für verschiedene Zielgruppen und verschiedene Aufenthaltsdauer, z.B.
  - Kulturwochenende mit Besuch der Konzertkirche, Stadtführung durch Neubrandenburg und Bootsfahrt über den Tollensesee und abendlichem Dinner

### P 2.6 Futterrucksack (Vesperrucksack)

- Grundbaustein ist ein Picknickrucksack gefüllt mit regionalen Produkten und ggf. auch Geschirr, Gläsern etc.
- Neben den regionalen Produkten kann der Futterrucksack auch einen Tourenvorschlag inklusive einer passenden Vesper-Örtlichkeit enthalten
- Abholung durch die Gäste an der Tourist Information oder bei teilnehmenden Gastgebern/regionalen Produzenten
- Verschiedene Umsetzungsvarianten möglich: Singuläre Events (Wochenenden im Frühjahr/Herbst zur Verlängerung der Saison) oder ganzjähriges ergänzendes Angebot; Verleih- oder Kaufsystem

## Handlungsfeld 2: Ideenspeicher II

### Best Practice-Beispiel:

#### Vespertouren Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord

Viermal im Jahr kann man im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord Vespertouren unternehmen. Nach Anmeldung kann man sich bei teilnehmenden regionalen Produzenten ein Naturpark-Vesper abholen (inkl. Wander- und Radtouren in der Umgebung) und direkt mit der Tour starten. Jeder Hof bietet dabei ein eigenes Menü an, das vorab online auf der Webseite des Naturparks Schwarzwald Mitte/Nord abgerufen werden kann.



### Beispiele für touristische Zertifizierungen:

#### Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

Bisher gibt es in der Tollense-Region keine Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland. Kriterien für Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland sind z.B. das Vorhandensein einer Wanderapotheke, Trockenmöglichkeiten für Ausrüstung und Kleidung oder die Bereitstellung von Wanderinformationen auf der Homepage. Die Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland werden über eine eigene Webseite vermarktet.



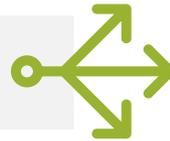
#### Bett+Bike (ADFC)

In der Tollense-Region gibt es bereits vier Bett+Bike-Betriebe, das Angebot kann aber durchaus weiter ausgebaut werden. Bett+Bike-Unterkünfte sind speziell auf die Unterbringung von Radfahrenden eingestellt. Sie bieten z.B. Unterkünfte für eine Nacht, sichere Radabstellmöglichkeiten oder Trockenmöglichkeiten für Ausrüstung. Die Bett+Bike-Betriebe werden über eine eigene Webseite vermarktet. Bett+Bike-Betriebe gibt es in verschiedenen Kategorien, z.B. „Bett+Bike Sport“, spezifisch auf sportliche Radler ausgelegt. Diese sollte in der Region ebenfalls vorangetrieben werden.



# Übersicht Projekte Handlungsfeld 3

## HF 3 – Geschichte und Kultur



Strategische Stärkung und Aufbau der Tollense-Region als geschichtsträchtige Kulturregion mit Verknüpfung zu aktivtouristischen Themen.

**P 3.1 Inwertsetzung der Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit**

**P 3.2 Aufwertung wichtiger Tourismusstätten**

P 3.3 Erweiterung des Veranstaltungsangebotes an der Schnittstelle „Aktiv – Natur – Kultur – Genuss“

P 3.4 Fest der Tollense-Region („Kulturherbst“)

P 3.5 Vermarktungsinitiative bestehender Sportveranstaltungen

P 3.6 Erweiterung Führungsangebot in der Region

**Schlüsselprojekte**

**Ideenspeicher**

## P 3.1 Inwertsetzung der Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit I

Die Tollense-Region blickt auf eine lange und wechselvolle Geschichte zurück, die auch heute noch an vielen Orten sichtbar ist (siehe Analyse „Touristische Bestandsanalyse“). Diese Orte sind für die touristische Entwicklung der Tollense-Region von großer Bedeutung, denn sie machen die Region greifbar und fügen dem aktivtouristischen Angebot (Rad, Wandern, Wasser) eine zweite Erlebnisebene hinzu. Diese Kombination ist eine der Besonderheiten der Tollense-Region.

In der Region gibt es ein breites Wissen über interessante Orte und Geschichten (z.B. <https://www.dino-navi.de/>; Geowissenschaftlicher Verein Neubrandenburg), allerdings sind die Informationen bisher touristisch wenig zugänglich und erlebbar.

Ziel sollte es in Zukunft sein, diese Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit systematisch zusammenzuführen, zu verknüpfen und verstärkt touristisch erlebbar zu machen. Dabei geht es zum einen darum, diese Orte an Rad-, Wander-, Wasserwege anzubinden und dadurch besser auffindbar zu machen. Dies gilt vor allem für das Thema „Eiszeit“. Durch die Eiszeitroute wurde das Thema bereits erlebbar gemacht. Allerdings liegen die einzelnen Punkte zu weit auseinander, um ein stimmiges Erlebnis zu erzeugen. Die besonderen Orte müssen inhaltlich und räumlich kompakter und transparenter dargestellt werden.

Zum anderen müssen diese Punkte vor Ort erlebbar sein, durch Inszenierungen wie z.B. Infotafeln, begleitende Flyer oder digitale begleitende Elemente.

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

- Schritt 1: Systematisierung der bestehenden POIs und Geschichten
- Schritt 2: Anbindung der POIs an Rad-, Wasser- und Wanderwege (siehe „Qualitätsinitiative Rad“ und „Wanderkonzeption Tollense-Region“)
- Schritt 3: übergreifende Inszenierung der POIs durch analoge und ggf. begleitende digitale Elemente (z.B. Infotafeln, Audio-Punkte)
  - Die Auswahl der Inszenierung (digital, Infotafeln, etc.) muss im Rahmen der Umsetzungsphase in Abstimmung mit den Akteuren erfolgen
- Schritt 4: Aufbau von begleitenden touristischen Angeboten (z.B. Führungsangebot)

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2026

## P 3.1 Inwertsetzung der Geschichte(n) aus alter und neuer Zeit II

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen

### Relevante Akteursgruppen:

- Geowissenschaftlicher Verein Neubrandenburg
- Stadtführer Neubrandenburg
- Hochschule Neubrandenburg
- AG Stadtführer Altentreptow

### Grobkostenschätzung:

- Abhängig von der Ausgestaltung der Inszenierung

### Fördermöglichkeiten:

- Kleine touristische Infrastruktureinrichtungen nach der Richtlinie für die Förderung der integrierten ländlichen Entwicklung

### Umsetzungshinweise:

#### Auswahl einiger wichtiger (kein Anspruch auf Vollständigkeit):

- Rühlower Os
- Großer Stein Altentreptow
- Hinterste Mühle (Tagebau und Findlinggarten)
- Burg Penzlin und Burg Stargard (durch bestehende Museen bereits erlebbar)
- Ravensburg im Burgholz
- Hügelgräber (z.B. Wustrow)
- Alt Rehse
- Marie-Hager Museum
- Heinrich von Voß Haus
- Fischerhaus auf der Fischerinsel
- Grenzsteine Zippelow
- Kapelle und Kirche Prillwitz
- DDR Eisdiele Burg Stargard
- Flugplatz Trollenhagen
- Schloss Tützpatz
- Historische Innenstädte (z.B. Neubrandenburg mit Stadtmauer und Marienkirche, Penzlin)
- Campingplatz Gatsch Eck (Historie)

## P 3.2 Aufwertung wichtiger Tourismusstätten I

Die Tollense-Region verfügt schon heute über zahlreiche wichtige Tourismusstätten. Dazu gehören z.B. Aussichtspunkte wie Belvedere oder Behmshöhe, aber auch der Kulturpark in Neubrandenburg. Diese Tourismusstätten werden aktuell touristisch unterschiedlich stark bespielt und befinden sich in einem variierendem Unterhaltungszustand.

Diese Orte sind jedoch für das touristische Grundangebot essenziell, denn sie sind die Ziele der Besucher der Region. Deshalb ist es wichtig, dass die Orte in einem guten Erhaltungszustand sind und diese regelmäßig touristisch bespielt werden (z.B. durch Veranstaltungen, rollende Imbisswagen).

Das genaue Vorgehen und die erforderlichen Maßnahmen variieren je nach Tourismusstätte (Größe, Lage, aktueller Erhaltungszustand, Denkmalschutz- und naturschutzfachliche Aspekte etc.) und müssen im Rahmen der Umsetzungsphase im Detail erarbeitet, abgestimmt und geplant werden.

Eine Auswahl der wichtigen Tourismusstätten und erste Hinweise zur Instandhaltung und Aufwertung sind auf den folgenden Folien dargestellt.

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anrainerkommunen

### Relevante Akteursgruppen:

- Naturschutz (Naturschutzbehörde, ehrenamtlicher Naturschutz)
- Denkmalschutz
- Ggf. Grundstückseigentümer

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

## P 3.2 Aufwertung wichtiger Tourismusstätten II

### Seeuferbogen Neubrandenburg:

- Strandbad Broda
  - Wiederaufbau Spielplatz
  - Freischneiden der Zugänge zum See und Sichtachsen (in Abstimmung mit dem Naturschutz)
  - Wiederansiedlung Gastronomie
  - Instandhaltung des Steges
- Bereich neben dem Badehaus
  - Aufwertung der Fläche durch Sitzstufen am Wasser, kleine Bühne/ Plattform für Veranstaltungen
  - Siehe vorliegender Bebauungsplan der Stadt Neubrandenburg
- Uferpromenade
  - Öffnung der gesamten Uferpromenade für Besucher (im ersten Schritt durch Tag der Offenen Tür, langfristig sollte eine dauerhafte Öffnung angestrebt werden)
  - Gespräche mit den Pächtern
- Uferbefestigungen im Bereich Oberbach
  - Instandhaltung der Uferbefestigungen
- Bootsinsel
  - Instandhaltung der Uferbefestigungen
  - Abstimmung mit dem Pächter, um Bootsinsel aufzuwerten und für Besucher zu öffnen
- Östliches Seebogenufer
  - Freischneiden der Sichtachsen zum See in Abstimmung mit dem Naturschutz

### Weitere:

- Belvedere
  - Nach abgeschlossener Modernisierung: Instandhaltung
  - Platzgestaltung (Anbringen von Fahrradabstellbügeln am Tollensesee-Radrundweg, Sanierung der Zugangstreppe, Freischneiden der Sichtachsen in Abstimmung mit Naturschutz)
- Fischerhaus auf der Fischerinsel
  - Zugang für Besucher ist aus naturschutzfachlichen Gründen nicht möglich, Ausnahme: Beschränkter Besuch anlässlich des 775. Stadtjubiläums (lt. Bericht im Nordkurier vom 21.11.2023)
  - Erlebarmachen über digitale Inszenierung der Schiffe und vom Anleger Nonnenhof aus
- Aufwertung und Beschilderung vorhandener Aussichtspunkte
  - Z.B. Hellberge, Behmshöhe, Belvedere, Buchort, Wassersportzentrum
- Burgberg Prillwitz
  - Freischneiden der Sichtachse zum See in Abstimmung mit dem Naturschutz
  - Anbindung an Rad- und Wanderwege über Info- bzw. Hinweistafel
- Schlachtfeld Tollensetal (siehe folgende Seite)

## Exkurs: Schlachtfeld Tollensetal / Mühlenspeicher Altentreptow

---

Zwischen Weltzin und Wodarg liegt das Schlachtfeld im Tollensetal, Europas ältestes bekanntes Schlachtfeld. Bisher ist das Schlachtfeld touristisch nicht erschlossen. Es gibt aber Bestrebungen von Seiten des Landkreises und Altentreptow, das Schlachtfeld und die Funde zukünftig touristisch nutzbar zu machen. Unter anderem wird aktuell ein Konzept durch das Landesamt für Kultur und Denkmalpflege entwickelt.

Parallel dazu gibt es Planungen im Mühlenspeicher Altentreptow für die Einrichtung eines Besucherzentrums für das Schlachtfeld Tollensetal.

Falls die Bestrebungen erfolgreich sind und das Schlachtfeld inklusive dem Besucherzentrum in Altentreptow umgesetzt werden, entsteht in der Tollense-Region ein wichtiges touristisches Highlight, welches die Region überregional bekannt machen dürfte. Bei der Umsetzung der Projekte muss das Schlachtfeld und der Mühlenspeicher in Altentreptow bereits mitgedacht werden und Verknüpfungen (z.B. bei Rad- und Wanderwegen, Inszenierungen der Tourismusstätten und Geschichten in der Tollense-Region) hergestellt werden.

## P 3.3 Erweiterung des Veranstaltungsangebotes

Das Angebot von Veranstaltungen, gerade an der Schnittstelle von Aktiv-, Natur-, Kultur- und Genussangeboten, kann in der Region noch weiter ausgebaut werden, um das Image als lebendige und zugängliche Region zu verstärken. Veranstaltungen an der Schnittstelle von Natur und Kultur, aber auch Aktiv und Genuss verstärken das Alleinstellungsmerkmal der Region – die Nähe und Verbundenheit der verschiedenen Elemente, und machen die Region für Gäste aktiv erlebbar.

Erste Ideen für mögliche Veranstaltungen sind:

- Konzertreihe durch die Region (mit Fokus auf Open-Air-Konzerte an ausgewählten Orten wie Belvedere, Burg Stargard, Burg Penzlin, Alt Rehse, Jagdschloss Prillwitz)
- „Tollensesee in Flammen“: Fackel-Fahrten und Illumination des Sees
- Touristische Drachenbootfahren (ggf. in Kombination mit Führungsangebot)

Die Veranstaltungen werden begleitet durch neue buchbare Angebote wie

- SUP-Kurse
- Waldbaden, Yoga am/ im Wasser
- Themenfahrten auf den Fahrgastschiffen, z.B. Sonnenaufgangs- oder Sonnenuntergangs-Fahrt; Picknick-Fahrten mit Verkostungen regionaler Produkte)

Alle Veranstaltungen und Angebote müssen in ein übergreifendes Marketing eingebunden werden (siehe auch P 3.5 bzw. 6.2 & 6.3) und möglichst in touristischen Pauschalen (siehe P 2.5) aufgegriffen werden.

### Zuständigkeiten:

- Veranstaltungszentrum Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen
- In Kooperation mit
  - Sportverbänden und -vereinen
  - Hotellerie, Gastronomie und regionale Produzenten
  - Konzertkirche

### Grobkostenschätzung:

- Aufwand der Veranstaltungsorganisation und Marketingkosten
- Ggf. Möglichkeit für Sponsoring regionaler Firmen

	Zielgruppenansprache:	(Sport-) Freunde, Anne & Tom
	Priorität:	★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2027

## Handlungsfeld 3: Ideenspeicher

Im Handlungsfeld Geschichte und Kultur wurden im Rahmen des Prozesses noch weitere Projektideen entwickelt. Dabei handelt es sich um kleinere Einzelprojekte oder Maßnahmen, die im Rahmen des Beteiligungsprozesses für die touristische Weiterentwicklung der Region als weniger relevant bewertet wurden.

Diese Projekte werden nachfolgend kurz aufgeführt und beschrieben:

### P 3.4 Fest der Tollense-Region

- Initiierung eines jährlich stattfindenden Tollense-Region-Festes, bei dem sich die Region über einen längeren Zeitraum (z.B. verlängertes Wochenende, eine Woche) mit verschiedenen Veranstaltungen präsentiert
- Das Tollense-Region-Fest führt durch die gesamte Region und bündelt die verschiedenen Anbieter und Angebote (Kulinarik, Kunst, Kultur, Sport, etc.) unter einem Dach
- Das Fest der Tollense-Region sollte optimalerweise im Frühjahr oder Herbst stattfinden, um dadurch einen Beitrag zur Saisonverlängerung zu leisten
- Das Fest der Tollense-Region dient dazu, die Region bei den Gästen bekannter zu machen und gleichzeitig die Identifikation der Einwohner mit der Region zu stärken. Es ist wichtig, die gesamte Region, möglichst inklusive dem Tollensetal, einzubeziehen.

### P 3.5 Vermarktungsinitiative bestehender Sportveranstaltungen

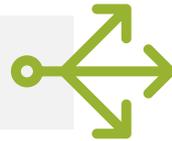
- Etablierung besserer Vermarktungsstrukturen für das breite Angebot an Sportveranstaltungen, um die Region, gerade bei sportinteressierten Gästen, bekannter zu machen
- Verstärkte Außenkommunikation z.B. über
  - Bündelung der Veranstaltungen auf einer Webseite, sowie Social-Media-Kampagne (siehe P 6.2 & P 6.3)
  - Aufbau von Marketing-Kooperationen z.B. mit anderen Sportdestinationen
  - Medienwirksame Aktionen (z.B. Schirmherrschaft, Wettbewerbe)
  - Touristisches Begleitprogramm (z.B. Pauschalen, Kopplung an Fest der Tollense-Region, Führungen)

### P 3.6 Erweiterung Führungsangebot in der Region

- Erweiterung der bestehenden Führungsangebote (in Kooperation mit Stadtführern, ehrenamtlichen Naturschutzorganisationen, Geowissenschaftlicher Verein, ggf. Sportvereine) um neue Themen und Orte, z.B.
  - Schmuggelgeschichten entlang der alten Mecklenburgischen Grenze
  - Naturschutzexkursionen (z.B. Nonnenhof, Fledermäuse im Brodaer Forst)
  - Eiszeit-Themen in der Region
  - Sportstätten und ihre Geschichte

# Übersicht Projekte Handlungsfeld 4

## HF 4 - Mobilität



Verbesserung und Attraktivierung der touristisch relevanten Mobilitätsangebote vor Ort sowie auch Regionsübergreifend.

**P 4.1 Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort**

P 4.2 Ausbau des überregionalen ÖPNV-Angebots

**Schlüsselprojekt**

## P 4.1 Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort I

Aktuell ist das ÖPNV-Angebot in der Region nur unzureichend ausgebaut (siehe Analyse „Mobilität vor Ort“). Um die Orte der Region touristisch noch stärker zu verknüpfen, sollte das Angebot ausgebaut werden. Dies trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung der Region bei, kann ebenso von Einwohnern genutzt werden und unterstützt eingeschränkte Personen dabei, die Region zu entdecken.

Die Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort kann auf verschiedenen Ebenen angegangen werden:

- Ausbau des Busnetzes, z.B. durch
  - Erhöhung der Taktung der bestehenden Buslinien (dauerhaft oder zu ausgewählten Zeiten) oder Einrichtung von Wander- und Radbussen
  - Schaffung neuer Haltestellen an POIs (v.a. außerhalb von Neubrandenburg)
- Verbesserung der Verleih- und Basis-Infrastruktur für Fahrräder
  - Verbesserte Außenkommunikation der bestehenden Verleih-Angebote (siehe auch P 6.2)
  - Kommunikation mit Anbietern zur Schaffung attraktiver Angebote (Ausleih-Zeitraum vom Vorabend zum nächsten Vormittag)
  - Schaffung weiterer Verleih-Angebote
  - Erweiterung der Basis-Radinfrastruktur in der Region (E-Lademöglichkeiten, Reparaturstationen)

- Teilnahme am Angebot „Müritz rundum“ (soll erweitert werden zu „Seenplatte rundum“)
  - Mit der Gästekarte bzw. Nationalpark-Ticket kann man in der Hauptsaison die Busse rund um die Müritz kostenlos nutzen
  - Die Tollense-Region sollte an dieses Angebot angeschlossen werden, dadurch rücken die Regionen näher zusammen, es kommen mehr Tagesgäste in die Tollense-Region
- Erweiterung des Elektromobilitätsangebot in der Region
  - Schaffung von E-Ladesäulen für PKW an wichtigen POIs mit Aufenthaltsdauer



Zielgruppenansprache:

Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen

Priorität:



Umsetzungszeitraum:

Ab 2025

## P 4.1 Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort II

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Erfassung des vorhandenen Angebotes

- Erfassung aller touristisch nutzbaren Verkehrsangebote vor Ort (inkl. Basis-Radinfrastruktur, Angebote der E-Mobilität)

#### Schritt 2: Ermittlung des konkreten Nachfragebedarfs

- Für die Bewertung der öffentlichen Ladesäulen für E-Autos kann das „[Standort Tool](#)“ (Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur) genutzt werden. Hier sind die zukünftigen Bedarfe der Region übersichtlich dargestellt.

#### Schritt 3: Erstellung eines ganzheitlichen touristischen Mobilitätskonzepts

- Inkl. E-Mobilität und Radangeboten
- Optimalerweise in Kooperation mit der Großregion Mecklenburgische Seenplatte (Abstimmung zu Kooperationsmöglichkeiten im Rahmen des Tickets „Seenplatte rundum“)

### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen
- MVVG
- Landkreis Mecklenburgische Seenplatte

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF I, Handlungsfeldziel 3: Alternative und umweltfreundliche Mobilitätskonzepte entwickeln, die die vorhandenen Angebote ergänzen und ggf. verbinden)
- Landesförderinstitut M-V: Öffentlicher Personennahverkehr
- Regionaler Planungsverband (Konzepterstellung)
- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Verbesserung des fließenden Radverkehrs und dessen Infrastruktur
- Zu prüfen: Klimaschutzprogramm

## P 4.1 Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort III

### Sofortmaßnahme „ÖPNV-Tourenangebot“:

Auch wenn die Fortbewegung mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Tollense-Region aktuell noch unzureichend ausgebaut ist, gibt es doch bereits Orte bzw. Touren, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar sind (z.B. Burg Stargard, Neubrandenburg, Altentreptow).

Ein ÖPNV-Tourenflyer sammelt Orte und Touren, die mit dem ÖPNV gut erreichbar sind und macht diese sichtbar. Dadurch wird das bestehende ÖPNV-Angebot verstärkt nach außen kommuniziert und die Auslastung erhöht.

Beispiele für solche Touren sind:

- Tollensesee-Radrundweg (Abkürzungen mit den Fahrgastschiffen)
- Burg Stargard als Ausgangspunkt für die Burgentour
- Tollensetal-Radweg von Neubrandenburg über Altentreptow nach Demmin

Ziel ist es, den Gästen die Anreise mit dem ÖPNV so einfach und so verständlich wie möglich zu machen. Neben Tourenbeschreibungen mit Kartendarstellung ist vor allem die Anreise mit dem ÖPNV detailliert zu beschreiben.

Dazu gehören Namen der Bushaltestellen/Anlegestellen, Verbindungen, ggf. Taktung und, soweit erforderlich, Zuwegungen zur Tour.

Fortsetzung P 4.1

Der ÖPNV-Tourenflyer kann auch mit Hilfe eines QR-Codes unkompliziert mit digitalen Informationen wie Busfahrplänen, elektronischer Fahrplanauskunft etc. verknüpft werden.

### Best Practice: Flyer BahnWandern Naturpark Neckartal-Odenwald

In der Broschüre BahnWandern des Naturparks Neckartal-Odenwald sind 13 Wandertouren inklusive An- und Abreise mit dem ÖPNV beschrieben. Die Touren starten/enden immer direkt an einer Bushaltestelle oder einem Bahnhof. Es gibt genaue Angaben zu Haltestellen und Verbindungen, eine kleine Beschreibung mit Karte und Höhenprofil sowie Infos zu den Sehenswürdigkeiten etc.



**Attraktive Touren für jeden Wandertyp**

Naturpark Neckartal-Odenwald

**BahnWandern**  
Vielfalt im Naturpark mit Bus und Bahn entdecken

**Biotopelehrpfad Waldlirn**  
9,8 km, Rundtour, 43 km, leicht

Auf den Biotopelehrpfad Waldlirn gelangen wir, indem wir vom Bahnhof aus dem Richtung Nord-Osten folgen. Sobald er die B27 kreuzt, folgen wir dem mit gekennzeichneten Themenweg, der an verschiedenen Biotopen wie Feuchtwiesen, Streuobstwiesen, naturnahen Bachläufen, Feldhecken usw. vorbei führt. Spannende Informationen über die Biotope halten die aussagekräftigen Informationstafeln für uns bereit. Auf der Schmittalhöhe, am Hochentwäldchen und an der Streuobstwiese „Lüscheneracker“ laden gemütliche Rastplätze zum Verweilen ein. Sobald wir am Ende des Rundweges wieder auf den treffen, können wir diesem zum Bahnhof zurück folgen.

**Start- und Zielort:**  
Waldlirn, Bahnhof/Waldlirn, Bushaltestelle „Schachtel“

**Bus 841** (Schweiberg - Hardheim - Waldlirn - Buchen - Pöschel-Neckart)  
**Bus 842** (Zweckel - Buchen - Waldlirn)  
**Bus 843** (Buchen - Waldlirn - Höpfingen - Hardheim - Grieselshausen)  
**Bus 849** (Gieselsheim - Waldlirn - Althelm)  
**Bus 991** (Gieselsheim - Waldlirn - Hardheim - Tücherbischhofheim)  
**Bahn 88 83** (Seckach - Waldlirn - Milzberg)

**Biotopelehrpfad**  
 Entdecken Sie die historische Altbahn Waldlirn mit ihrer Waldlirnbahnstation.  
 Vielfältige Erlebnismöglichkeiten im Waldlirn.

Höheprofil: Waldlirn, Seckach, Milzberg, Buchen, Althelm, Tücherbischhofheim

## P 4.1 Verbesserung der touristischen Mobilität vor Ort IV

### Vision „Seilbahn über den Tollensesee“:

Im Rahmen des Maßnahmenworkshops wurde die Vision „Seilbahn über den Tollensesee“ entwickelt. Dies ist kein Projekt, welches im Rahmen des vorliegenden Tourismuskonzeptes zur Umsetzung empfohlen wird, es ist vielmehr eine Zukunftsidee für die Tollense-Region. Auf das Projekt wird im Rahmen des vorliegenden Konzeptes nicht näher eingegangen, es soll vor allem dazu dienen aufzuzeigen, welche vielfältigen Aspekte durch ein touristisches Angebot abgedeckt werden können.

Die Seilbahn ist im Rahmen des Handlungsfeldes „Mobilität“ entwickelt worden. Grundidee ist der Bau einer Seilbahn, die mehrere wichtige Punkte am Tollensesee (z.B. Behmshöhe, Bornmühle, Prillwitz, Alt Rehse) miteinander verbindet. Dadurch wird die Region nicht nur für Gäste, sondern vor allem auch für Einheimische und Pendler besser erschlossen. Neben der verkehrlichen Erschließung hat die Seilbahn aber vor allem die Funktion, ein Alleinstellungsmerkmal für den Tollensesee und die gesamte Region zu schaffen. Eine Seilbahn kann einen Anziehungspunkt mit großem Leuchtturmcharakter (starke Außenwirkung weit über die Region hinaus) darstellen.

Für die Umsetzung einer solchen Vision/eines solchen Großprojektes sind folgende Schritte notwendig:

- **Schritt 1: Erstellung einer Machbarkeitsstudie**
  - Untersuchung, ob und unter welchen Aspekten ein solches Unterfangen umsetzbar wäre (z.B. Naturschutz, Denkmalschutz, Genehmigungen, Wirtschaftlichkeit).
- **Schritt 2: Erstellung Konzept mit einer Umsetzungsstrategie**
  - Inkl. Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten und Entwicklung von Betreiberstrukturen
- **Schritt 3: Feinplanung und Umsetzung**
  - Detailabstimmungen zur Umsetzung, inkl. Genehmigungen und Ausschreibung zur Umsetzung

## P 4.2 Ausbau überregionales ÖPNV-Angebot

Um die Tollense-Region für Gäste besser erreichbar zu machen, sollte das überregionale ÖPNV-Angebot verbessert zu werden. Dazu gehört insbesondere die Anbindung an den Zugverkehr.

Für den Ausbau des überregionalen ÖPNV-Angebots ist die Tollense-Region vor allem gefordert, Gespräche und Kooperationen mit den übergreifenden Partnern und Umsetzern zu initiieren und zu führen (z.B. Deutsche Bahn, MVVG, TV MSE).

Bausteine für die Verbesserung der überregionalen ÖPNV-Anbindung sind:

- Verlängerung der Bahnsteige in Neubrandenburg für die Anfahrt mit dem ICE
- Verbesserung der überregionalen Zug-Taktung (v.a. mehr Direktverbindungen von Berlin aus)
- Verbesserung der Anbindung an den Tourismus an der Müritz (z.B. durch Teilnahme am geplanten Ticket „Seenplatte rundum“, siehe P 4.1)
- Erweiterung des Brandenburg-Tickets bzw. Einführung eines Anslusstickets

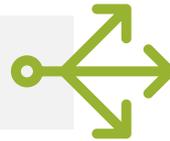
### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen in Kooperation mit
  - MVVG
  - TV MSE
  - Deutsche Bahn

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2026

# Übersicht Projekte Handlungsfeld 5

## HF 5 - Zusammenarbeit und Innenmarketing



Schaffung einer belastbaren Organisationsstruktur und Verbesserung der internen Zusammenarbeit auf Ebene der Verwaltung sowie touristischer Akteure.

P 5.1 Tourismuskordinationsstelle für die Tollense-Region

P 5.2 Optimierung von Netzwerkarbeit und Abstimmungsprozessen

Schlüsselprojekte

## P 5.1 Tourismuskordinationsstelle für die Tollense-Region I

Bisher verfügt die Tollense-Region über keine übergreifende Tourismuskordinationsstelle, welche die touristischen Aktivitäten der Stadt Neubrandenburg sowie der fünf Ämter der Region und möglicher weiterer zukünftiger Kooperationspartner bündelt und gemeinschaftlich sowohl nach innen als auch nach außen kommuniziert. Im Verlauf der Entwicklung dieses Tourismuskonzeptes ist von vielen Partnern der Wunsch nach einer ganzheitlichen, regionsübergreifenden touristischen Arbeit für eine dauerhafte Zusammenarbeit formuliert worden.

Für eine zukunftsfeste touristische Arbeit und dem Auftritt als eine touristische Destination mit all ihren Partnern, Sehenswürdigkeiten und Akteuren, empfehlen wir dringend die Einberufung einer solchen Stelle. Die wichtigste Aufgabe ist ein **Strukturaufbau und die Erarbeitung eines Struktur-/Kooperations-/ oder Koordinationskonzeptes**. Die genaue Verortung, Finanzierung und Aufgabenbeschreibung ist gemeinsam zu bearbeiten.

### Die wichtigsten Aufgaben sind u.a.:

- Managementaufbau/Verstetigung der Zusammenarbeit
- Steuerung der Umsetzungsmaßnahmen des Konzeptes
- „Kümmerer“ für die Tourismuspartner und Kommunen
- Kommunikation mit touristisch relevanten Akteuren innerhalb und außerhalb der Region

- Vermarktung der gesamten Region nach außen
- Datenmanagement und Datenpflege, u.a. der Webseite/ Plattform (siehe Handlungsfeld „Außenkommunikation“)
- Langfristige Implementierung der Vision, Mission und Ziele für die touristische Entwicklung der Region
- Förderung des Tourismus der gesamten Region
- Tourismusedwicklung und Forschung
- Schulungen und Qualifizierung von Partnern
- Regionen übergreifender Service für Urlauber und Gäste
- Gemeinschaftliche Koordination von Veranstaltungen
- Wirtschaftliche Entwicklung, Wertschöpfung

### Relevante Akteursgruppen:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen
- Ggf. Akteure der Projekte TOLL und KwiT sowie etwaiger weiterer Projekte
- Ggf. MSE, Citymarketing
- Ggf. Förderträger und weitere Akteure

	Zielgruppenansprache:	B2B – alle touristischen Partner der Region und darüber hinaus
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

## P 5.1 Tourismuskoordinationsstelle für die Tollense-Region II

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Auftakt

- Definition der Vorgehensweise, ggf. mit Unterstützung ausgewählter Akteure aus der Steuerungsgruppe des Tourismuskonzeptes oder nur mit den Ämtern selbst (vom Auftraggeber zu definieren)
- Einbindung der relevanten Akteursgruppen für die Definition der nächsten Schritte

#### Schritt 2: Eruiierung von Finanzierungsmöglichkeiten

- Recherche nach Fördermöglichkeiten jenseits der bekannten Quellen
- Sondierungsgespräche mit den verschiedenen Förderträgern
- Vorüberlegungen für die physische Verortung dieser Stelle (ideal: eingebettet in bestehende Strukturen)

#### Schritt 3: Entwicklung eines Anforderungsprofils

- Einberufung der Ämter und relevanten Akteure und gemeinsame Definition der Rollen und Aufgaben dieser Stelle
- Definition von Meilensteinen und Zielvorgaben für die zukünftigen Aufgaben des Tourismuskoordinators
- Formulierung eines Stellenprofils - ggf. Einbindung von MSE und TMV für die Formulierung der Stellenanzeige

#### Schritt 4: Ausschreibung und Implementierung

- Ausschreibung und Bewerbersuche
- Deutschlandweite Ausschreibung in tourismusrelevanten Jobportalen wie z.B. destinet
- Einlernen des Bewerbers und Umsetzung

#### Zuständigkeiten:

- Stadt Neubrandenburg
- Ämter der Anliegerkommunen

#### Grobkostenschätzung:

- Eine Vollzeit-Personalstelle, ca. 60.000 Euro, bzw. Vergütung in Anlehnung an örtlichen TVÖD

#### Fördermöglichkeiten:

- Personalstellen sind in der Regel nicht förderfähig (Ausnahme: bei Projekten mit starkem Innovationscharakter)
- ESF-Förderung (Europäischer Sozialfonds) im Rahmen der Strukturentwicklungsmaßnahmen (max. 1-2 Jahre)
- Zu prüfen: GRW (Gemeinschaftsaufgabe der regionalen Wirtschaftsstruktur)-Förderung (nur in Verbindung mit einer Konzepterstellung)
- Zu prüfen: LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 1 Entwicklung eines starken, vernetzten, nachhaltigen Wirtschaftsraumes mit qualifizierten Arbeitskräften oder 2: Marketingaktivitäten durch Kooperationsaufbau besser verbinden/einheitliche Marketingaktivitäten in Vermarktung und Tourismus)

# P 5.2 Optimierung von Netzwerkarbeit und Abstimmungsprozessen

Eine transparente Zusammenarbeit aller touristisch tätigen Akteure, eine klare Aufgaben- und Rollendefinition, die Sicherstellung der Qualität der Angebote und eine zielführende Umsetzung der Aktivitäten sind bisher in der Tollense-Region noch nicht überall erkennbar.

Hierzu bedarf es der Optimierung der Netzwerkarbeit und eine Strukturierung von Abstimmungsprozessen:

- Verbesserte Vernetzung touristischer und kultureller Akteure und Strukturierung der Kooperation im Hinblick auf die Tourismusstrategie und daraus resultierenden Umsetzungsprojekten, insb. (Schlüssel-) Projekten
- Einbeziehung sämtlicher touristischer Partner, Betriebe und Akteure in der Tollense-Region, auch Verwaltung und Politik
- Aktive Beteiligung der Tollense-Region bei Konzepten, die überregional erstellt werden, wie z.B. das Tourismuskonzept der MSE
- Intensivierung der strategischen und operativen Zusammenarbeit mit allen touristischen Institutionen wie MSE, TMV, TOLL-Projekt, KwiT-Projekt etc.

### Projektbausteine:

- Einberufung einer Veranstaltung zur Präsentation der wesentlichen Maßnahmen des Tourismuskonzeptes
- Innenkommunikation stimulieren durch digitale Hilfsmittel, z.B.

- Errichtung einer Whats-App Gruppe und/oder
- Partner-Seite auf der zukünftig gemeinsamen Webseite (siehe „Außenkommunikation“)
- Durchführung von regelmäßigen Netzwerktreffen wie Jour Fixes, Stammtische etc.
- Jährlicher „Tollenseer Tourismustag“ als Netzwerkveranstaltung für alle Leistungsträger mit Ausstellung der Produkte, Services und Dienstleistungen
- Einbeziehung der Vereine (Stichwort: „Lebensraum-entwicklung“), z.B. durch Einladung zum Tourismustag

### Zuständigkeiten:

- Zu Beginn: Konsortium, z.B. aus Stadt Neubrandenburg und Ämtern
- Später: Tourismuskordinator (siehe P 5.1)

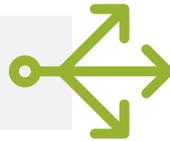
### Grobkostenschätzung:

- Zeitlicher Aufwand des Tourismuskordinators bzw. vorläufige Einbettung in ein Übergangs-Konsortium

	Zielgruppenansprache:	B2B – alle touristischen Partner der Region und darüber hinaus
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

# Übersicht Projekte Handlungsfeld 6

## HF 6 - Außenkommunikation



Strategische Neuaufstellung der Außenkommunikation als ganzheitlich wahrnehmbare „Tollense-Region“ und damit verbunden eine zielgruppenspezifische Kommunikation der touristischen Angebote.

P 6.1 Markenbildungsprozess und Kooperationen

P 6.2 Entwicklung einer gemeinsamen Webseite/ Plattform

P 6.3 Aufbau von Social-Media-Aktivitäten und PR-Arbeit

Schlüsselprojekte

## P 6.1 Markenbildungsprozess und Kooperationen

Die Schaffung einer starken, wettbewerbsfähigen Destination und einer Marke „Tollense-Region“ erfordert eine weiterführende durchdachte und strategische Vorgehensweise und die Einbindung aller touristisch relevanten Akteure. Wir empfehlen folgende Maßnahmen, um den Markenbildungsprozess erfolgreich umzusetzen:

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Definition der Zuständigkeit

- Wer soll für den Markenbildungsprozess federführender Ansprechpartner sein, wer ist Unterstützer, wer liefert zu?

#### Schritt 2: Strategie des Tourismuskonzeptes als Leitfaden

- Eine stringente Anwendung der im Strategieteil definierten Konzeptbausteine wie Zielsystem, Werten, Positionierung, Alleinstellungsmerkmalen und Zielgruppen ist für eine erfolgreiche Markenarbeit elementar

#### Schritt 3: Kooperationspartner ins Boot holen

- Wichtige strategische Allianzpartner sind TMV, MSE, die Projekte TOLL und KwiT, der Landkreis und sonstige Verbände und Institutionen mit Tourismusrelevanz

#### Schritt 4: Entwicklung eines gemeinsamen Logos

- Nicht nur für die gemeinsame Webseite, sondern auch als identitätsstiftendes Element ist die Entwicklung eines gemeinsamen Logos wichtig

### Schritt 5: Stringentes Innenmarketing und gemeinsame Außenkommunikation (siehe P 5.2 und P 6.1 sowie P 6.3)

#### Zuständigkeiten:

- Tourismuskordinator
- Anrainerkommunen und Gebietskörperschaften, Kulturtreibende, touristisch relevante Akteure aus Sport, Vereinen, Verbänden und Dienstleistungssektor

#### Grobkostenschätzung:

- Zeitlicher Aufwand für den Tourismuskordinator
- Entwicklung eines Logos: ab 5.000 Euro

#### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Marketingaktivitäten durch Kooperationsaufbau besser verbinden)
- Zu prüfen: GRW (Gemeinschaftsaufgabe der regionalen Wirtschaftsstruktur)-Förderung

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2024

# P 6.2 Entwicklung einer gemeinsamen Webseite/Plattform I

Im Projektverlauf wurde mehrfach der Wunsch nach einer „Plattform“ bzw. Webseite ausgesprochen, um die Tollense-Region ganzheitlich mit allen ihr verbundenen Anrainer-Kommunen darzustellen. Sie sollte eine Vielzahl von Informationen und Ressourcen bereitstellen, um Urlaubsgäste und Tagesausflügler umfassend über die Region zu informieren und sie bei der Reiseplanung unterstützen.

Die Webseite sollte benutzerfreundlich gestaltet sein, leicht zu navigieren und mobiloptimiert sein, da viele Menschen von ihren Mobilgeräten aus auf Tourismusinformationen zugreifen. Dies ersetzt eine eigene App.

Die Aktualisierung der Inhalte, eine gegenseitige Verlinkung und Schnittstellen mit Tourismusorganisationen wie Stadt NB, MSE und TMV sowie Buchungsportalen ist elementar, um sicherzustellen, dass die Informationen aktuell, relevant und zugänglich sind.

Viele Webseiten von Tourismusorganisationen beinhalten eine sogenannte „B2B“-Seite: Das ist eine Partner-Rubrik, wo sich, ggf. mit einem Passwort geschützt, die touristischen Partner einloggen können. Hier können Veranstaltungen aufgeführt werden, Dokumente, Konzepte und weitere Informationen für die Touristiker der Tollense-Region hinterlegt werden u.v.m. (siehe „Zusammenarbeit und Innenmarketing“).

Nachfolgend sind einige wichtige Elemente angeführt, die für Urlaubsgäste und Tagesausflügler auf der Webseite enthalten sein sollten:

- **Startseite:** Weckt das Interesse der Besucher und verweist auf wichtige Bereiche der Webseite
- **Über die Tollense-Region:** Informationen zur geografischen Lage, Geschichte, Kultur und Besonderheiten der Tollense-Region und ihrer Anrainerkommunen
- **Unterkünfte:** Eine Liste von Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Campingplätzen und anderen Unterkunftsmöglichkeiten in der Region inkl. Buchungsoptionen
- **Sehenswürdigkeiten:** Beschreibungen und Bilder von Sehenswürdigkeiten, Naturschönheiten, historischen Stätten und anderen interessanten Orten
- **Aktivitäten:** Proaktive Vorschläge und Informationen zu Freizeitmöglichkeiten wie Wandern, Radfahren, Wassersport, Angeln und anderen Aktivitäten in der Umgebung

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2025

## P 6.2 Entwicklung einer gemeinsamen Webseite/Plattform II

- **Veranstaltungen:** Ein Veranstaltungskalender mit Informationen zu Sportveranstaltungen, Festivals, Konzerten, Märkten und kulturellen Veranstaltungen
- **Gastronomie:** Auflistung von Restaurants, Cafés und Gaststätten, die lokale Küche o.Ä. anbieten
- **Anreise und Verkehr:** Informationen zur Anreise in die Region, Verkehrsmittel und öffentlicher Verkehr, Parkmöglichkeiten und Mietwagenoptionen
- **Karten und Touren:** Interaktive Karten der Region, Wander-, Rad- und Wasserwege, sowie vorgeschlagene Reiserouten
- **Service und Informationen:** Informationen für Urlaubsgäste und Tagesausflügler, einschl. Öffnungszeiten, Wetterberichte und Tourismus-broschüren zum Download und ggf. Kontaktmöglichkeiten
- **Nachhaltigkeit und Umweltschutz:** Informationen zu nachhaltigen Praktiken und Umweltschutzmaßnahmen in der Region
- **Galerien und Videos:** Bildergalerien und Videos, um einen visuellen Eindruck von der Region zu vermitteln
- **Bewertungen und Empfehlungen:** Plattformen oder Abschnitte, auf denen Besucher Bewertungen, Erfahrungen und Empfehlungen teilen können
- **Verlinkungen:** Links zu touristischen Partnern und Tourismusorganisationen (Stadt NB, MSE, TMV)
- **Barrierefreie Angebote:** Informationen zur Barrierefreiheit in der Region, sowohl Anbieter als auch begleitende Infrastruktur

### Abgeleitete Maßnahmen zur Umsetzung:

- **Schritt 1:** Definition der Vorgehensweise und Einbindung von Akteuren
- **Schritt 2:** Einholung von Angeboten von Webagenturen, Recherche von Fördermitteln; Ausschreibung; Vergabe
- **Schritt 3:** Einbindung der Akteure für die weitere inhaltliche Bearbeitung

### Zuständigkeiten:

- Für die Koordination der Erstellung und die laufende Aktualisierung: Tourismuskordinator
- Für die aktuelle Zulieferung von Informationen: Anrainerkommunen und Gebietskörperschaften, Kulturtreibende, touristisch relevante Akteure aus Sport, Vereinen, Verbänden und Dienstleistungssektor

### Grobkostenschätzung:

- Webseite-Erstellung: 20.000 Euro
- Webseite-Pflege: flexibel, 2.000-5.000 Euro/Jahr

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Marketingaktivitäten durch Kooperationsaufbau besser verbinden/einheitliche Marketingaktivitäten in Vermarktung und Tourismus)

## P 6.3 Aufbau von Social-Media-Aktivitäten und PR-Arbeit I

Gerade in der im Deutschlandtourismus noch relativ unbekanntem Tollense-Region kann eine starke Social Media-Präsenz den Tourismus ankurbeln und die Region einem interessierten Publikum näherbringen. Die Stadt Neubrandenburg ist in den digitalen Medien schon sehr aktiv. Nun gilt es, die gesamte Region in den Sozialen Medien bekannt zu machen. Dazu begleitend empfehlen wir eine tourismus-spezifische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, ggf. durch eine PR-Agentur.

### Abgeleitete Maßnahmenschritte zur Umsetzung:

#### Schritt 1: Ziele und Zielgruppen für Social Media

Basierend auf dem Tourismuskonzept: Wertschöpfung, Lebensraummanagement, aber auch Bekanntheit der Region steigern, mehr Besucher anziehen, die Interaktion mit den Zielgruppen fördern, bestimmte Aktivitäten bewerben, etc.

#### Schritt 2: Kanäle/Medien auswählen

Je nach Zielgruppe passen bestimmte Social Media-Plattformen am besten. Facebook, Instagram, X und Pinterest sind für Tourismusregionen sinnvoll. Jede Plattform hat ihre eigenen Stärken und Nutzer.

#### Schritt 3: Content Marketing, Aktualisierungen, Interaktion

Ansprechende Fotos, Videos und Texte erstellen. User-Generated Content nutzen, um die Authentizität zu erhöhen. Regelmäßig Inhalte veröffentlichen, um die Präsenz aufrechtzuerhalten. Auf Kommentare, Fragen und Anfragen von Followern reagieren und eine aktive und positive Interaktion mit den Zielgruppen schaffen.

#### Zuständigkeiten:

- Für die Koordination der Erstellung und laufende Aktualisierung: Tourismuskordinator
- Für die aktuelle Zulieferung von Informationen: Anrainerkommunen und Gebietskörperschaften, Kulturtreibende, touristisch relevante Akteure aus Sport, Vereinen, Verbänden und Dienstleistungssektor

	Zielgruppenansprache:	Familie Toll, (Sport-) Freunde, Anne & Tom, Regina & Jürgen
	Priorität:	★ ★
	Umsetzungszeitraum:	Ab 2026

## P 6.3 Aufbau von Social-Media-Aktivitäten und PR-Arbeit II

---

### Grobkostenschätzung:

- Zeitlicher Aufwand für den Tourismuskoodinator
- Begleitung durch PR-Agentur: ab 2.000 Euro/Monat

### Fördermöglichkeiten:

- LEADER Mecklenburgische Seenplatte (HF III, Handlungsfeldziel 2: Marketingaktivitäten durch Kooperationsaufbau besser verbinden/einheitliche Marketingaktivitäten in Vermarktung und Tourismus)



Tour Konzept eG

Friederike Gaß  
Projektleitung

Telefon: 0761 48994131  
E-Mail: [gass@tour-konzept.de](mailto:gass@tour-konzept.de)



---

In Kooperation mit...



destination to market

Tanja Brunnhuber  
stellvertretende Projektleitung

Telefon: 08022 8553996  
E-Mail: [tanja.brunnhuber@destinationtomarket.de](mailto:tanja.brunnhuber@destinationtomarket.de)



**destination to market**  
TOURISMUSBERATUNG  
& DESTINATIONSENTWICKLUNG