

TOURISMUSKONZEPT BRANDENBURG AN DER HAVEL

Endbericht



© BTE

BTE
Tourismus- und Regionalberatung

www.bte-tourismus.de

Berlin, Mai 2016

Executive Summary

Das Tourismuskonzept soll zur (nachhaltigen) Entwicklung des Tourismus in Brandenburg an der Havel als Wirtschaftsfaktor beitragen und vernetzte, qualitativ hochwertige touristische Dienstleistungsangebote für die Stadt bereitstellen. Im Mittelpunkt des Konzeptes stehen – unter Berücksichtigung der Landestourismuskonzeption 2016+ – die Entwicklung einer überzeugenden, erfolgversprechenden Strategie sowie die Herausarbeitung umsetzungsorientierter Maßnahmen.

Mit dem Tourismuskonzept sind die folgenden wesentlichen Entwicklungsziele verbunden:

- den Stand und die Qualität der aufgebauten Infrastruktur zu sichern und weiter zu qualifizieren,
- die Berücksichtigung des aktuellen Marktes und der Zielgruppenerwartungen, um zukunftsfähige Infrastrukturen und Angebote abzuleiten und die Kernkompetenz von Brandenburg an der Havel zu bestimmen,
- vor dem Hintergrund der Trends und Rahmenbedingungen zu einer Aufgabenklärung und -priorisierung sowie Aufgabenteilung mit Netzwerkpartnern zu gelangen,
- dem Aspekt der regionalen Impulse und deren Verstetigung durch die Bundesgartenschau 2015 (BUGA) wie der Optimierung und Effizienzsteigerung weiterer Kooperationen und Netzwerke ausreichend Rechnung zu tragen.

Die Stadt Brandenburg an der Havel verzeichnet eine **positive Entwicklung der Übernachtungszahlen** (+231% von 2005 bis 2015) und **Gästeankünfte** (+197% von 2005 bis 2015) bei einer guten durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,5 Tagen (in 2015). Bei der Betrachtung ist zu beachten, dass das Jahr 2015 aufgrund der Bundesgartenschau in der Havelregion eine Sonderstellung einnimmt und gegenüber dem Vorjahr 2014 starke Steigerungen aufweist.

Auch die Beherbergungskapazität steigt seit 2010 stetig an, wobei eine **sehr kleinteilige Beherbergungsstruktur** vorliegt: An der Gesamtzahl der Beherbergungsbetriebe machen Hotels nur einen geringen Anteil aus, fast 70% der Betriebe sind Ferienwohnungen und Ferienhäuser. Sowohl die **Zimmerauslastung**, als auch die **Klassifizierungsrate** in den Beherbergungsbetrieben sind im Bundesvergleich als **niedrig** einzustufen.

Es besteht eine **gute Straßen- und Schienenanbindung**, vor allem ab Berlin, was eine große Rolle für die touristische Entwicklung der Stadt spielt und **eine gute Ausgangsposition als Kurzreise- und Urlaubsziel** bietet. Hervorzuheben ist auch die sehr gute Lage für Anlegemöglichkeiten von **Wasserwanderern**.

Brandenburg an der Havel verfügt über ein **breites und vielfältiges Kulturangebot** mit **drei historischen Stadtkernen**. Die Gesamtstadt nimmt eine oberzentrale Funktion ein. Einige Institutionen wie der Dom oder das Archäologische Landesmuseum haben eine landesweite oder internationale kulturgeschichtliche Bedeutung. Die relevanten Sehenswürdigkeiten in der Innenstadt sind durch einen Stadtrundweg verbunden. Veranstaltungen mittlerer Größe mit thematischen Schwerpunkten auf die Stadtgeschichte und -kultur sind Publikumsmagnete.

Eine ausgesprochene Qualität der fast 72.000 Einwohner starken Stadt ist das vielfältige Angebot an Aktivitäten auf dem Wasser: Brandenburg an der Havel verfügt über die **größte zusammenhängende beschiffbare Wasserfläche aller Kommunen im Land Branden-**

burg und bietet eine **moderne wassertouristische Infrastruktur**. Das abwechslungsreiche Gewässersystem eignet sich für viele Nutzergruppen (Sportbootfahrer, Segler, Kanuten). Der Gewässerverlauf in der Innenstadt ist durch attraktive Uferwege gesäumt und bietet Verweilqualitäten am Wasser. Auch das umfangreiche **Camping- und Caravaningangebot direkt am Wasser** ist hervorzuheben.

In und um die Stadt herum besteht darüber hinaus eine **gute Radinfrastruktur**, die naturräumlich attraktiv eingebettet und an regionale und überregionale Radrouten angebunden ist. Die Innenstadt ist teilweise fahradunfreundlich (Kopfsteinpflaster, Straßenbahnschienen), dafür gibt es jedoch wassernahe, die Havel begleitende Fahrradwege. Brandenburg an der Havel bietet darüber hinaus viel Platz für **naturnahe Erholung und Aktivität**, was jedoch aktuell noch nicht ausreichend touristisch in Wert gesetzt und erlebbar gemacht wird. Das Angebot an **Wanderwegen** ist gemessen an den Anforderungen an qualitätsvolle Wanderwege eher unzureichend, während das **sporttouristische Angebot** im Wesentlichen während sportlicher Wettkämpfe – z.B. an der Regattastrecke – erlebbar ist. Darüber hinaus verfügt Brandenburg an der Havel über ein **innerstädtisches Shopping-Center** und verschiedene **Restaurants** mit deutscher/regionaler Küche sowie teils attraktiver Wasserlage. Mit fünf **(Fach-)Kliniken** gibt es Potential im Gesundheitstourismus, welches aktuell jedoch noch nicht genutzt wird. **Barrierefreiheit** ist als wichtiges Querschnittsthema verankert.

Das Stadt- und Tourismusmarketing wird seit 2007 durch die **Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel mbH (STG)** gesteuert. Das klassische Destinations-Organisationsmodell in drei Ebenen (Land, Region und Stadt) ist nur teilweise zutreffend: Losgelöst vom regionalen Destinationsmarketing des TV Havellandes e.V., welcher andere Schwerpunktthemen setzt, betreibt die STG auch überregionales Marketing. Der Wirkungsradius der STG geht, in Abstimmung mit der Tourismusmarketing Brandenburg GmbH (TMB), über die Stadtgrenzen hinaus. Zusätzlich sind Stadt und/oder STG Mitglied in einer Vielzahl **überregionaler Netzwerke**, die Tourismusförderung als eine von mehreren Aufgaben behandeln.

In einer Zukunftswerkstatt mit **30 Akteuren** aus Tourismus und Verwaltung wurde eine **Vision für den Tourismus** erarbeitet. Die Zukunftsbilder der Stadt mit Blick auf das Jahr 2030 lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

*„Brandenburg an der Havel wird die Stadt sein, die als **Drehscheibe der Region** die Kultur und das Wasser für seine Gäste **inszeniert** und **aktiv erlebbar** macht. Das Angebot der Stadt schafft **Entspannung** auf hohem Qualitätsniveau. Jeder **Bewohner wird Botschafter** seiner Stadt.“*

Aufbauend auf der gemeinsamen Vision und den Erkenntnissen der Analyse lassen sich vier Oberziele für die zukünftige Entwicklung definieren. Die Oberziele werden durch insgesamt 21 Unterziele greif- und messbar gemacht.

- Positive Tourismusentwicklung
- Fokussierung auf chancenreiche Themen
- Steigerung der Qualität der Infrastruktur und Angebote
- Tourismusakzeptanz

Zur Zielerreichung muss sich die Stadt auf chancenreiche Themen konzentrieren, d.h. sich profilieren. Die durch vielfältige Maßnahmen in der Vergangenheit bereits vorhandene hohe Attraktivität der Themen Kultur und Wasser bei gleichzeitig hohem Marktpotential begründet die Herausbildung von **zwei Profilhemen**. Beide Themen betonen die Besonderheiten der Stadt und bieten gleichzeitig Alleinstellungsmerkmale:

- **Stadt im Fluss:** Brandenburg an der Havel bietet die größte zusammenhängende schiffbare Wasserfläche aller Kommunen im Land und liegt im des größten Binnenwassersportrevier Europas („Blaues Paradies“). Im Stadtgebiet befinden sich mehrere Seen und die Innenstadt ist größtenteils von Wasser umgeben. Eine ausgebaute Infrastruktur für Motorbootfahrer, Kanuten, Segler und Radler laden zur aktiven Erholung ein. Wasserfronten bieten den Gästen eindrucksvolle Kulissen.
- **Kulturstadt im Wandel der Zeit:** Brandenburg an der Havel ist die älteste Stadt im Land und die Wiege der Mark. Historische Gebäude vom Mittelalter bis zum Industriezeitalter sind als Zeugnisse in der Stadt vorhanden. Dabei sind besonders das Mittelalter und die Industriegeschichte für Gast und Bewohner erlebbar.

Als Orientierungsgrundlage werden die Zielgruppen der übergeordneten Landesebene (Tourismusmarketing Brandenburg GmbH) genutzt. Unter Berücksichtigung der Themenschwerpunkte in Brandenburg an der Havel ergeben sich folgende **Kernzielgruppen**:

- Intellektuelle Kulturliebhaber
- Gesellige Familien (teilweise)
- Eventorientierte Smartshopper (teilweise)

Das **Tourismuskonzept** ist in seinen Aussagen und den abgeleiteten Maßnahmen für Brandenburg an der Havel **mehrstufig angelegt**. Abgeleitet aus dem Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil, der Vision sowie den strategischen Zielen, lassen sich zur Weiterentwicklung des Tourismus in Brandenburg an der Havel **fünf Handlungsfelder** benennen:

- **Infrastrukturentwicklung**
- **Qualitätssicherung**
- **Angebots- und Produktentwicklung**
- **Kommunikation und Marketing**
- **Organisation und Kooperation**

Die einzelnen Handlungsfelder sind mit insgesamt 78 konkreten Maßnahmen untersetzt, die zur Erreichung der Ober- und Unterziele beitragen.