

## Wirtschaftswunder Berlin Brandenburg

9.02.2011

Auflage: 13.000



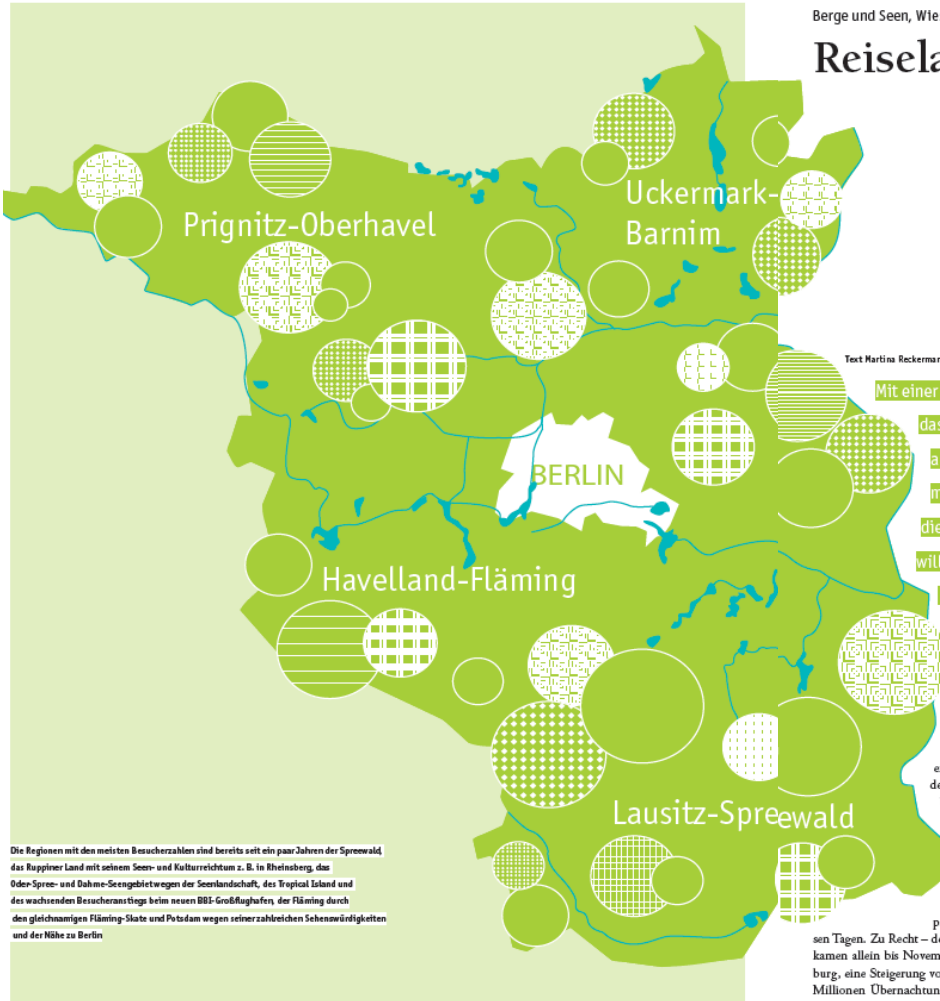
### Gemeinsam erfolgreich

Die erfolgreiche Vermarktung des Einzelnen sei jedoch genauso wichtig wie die Stärkung des Brandenburger Images des ganzen Landes, so Lücke. „Unter diesem Aspekt kooperieren wir auch mit der Initiative ‚Brandenburg unter Dampf‘, ein Netzwerk von zehn Spitzenköchen der Mark, um die Gourmetküche zu etablieren. Dazu gibt es eine Genuss-Charta, die einen Frische- und Qualitätsstandard vorschreibt. Einmal im Jahr wird für das besondere Engagement für die Brandenburger Küche und Produkte ein Preis verliehen.“ Zum Zusammenschluss der Top-Gastronomen, gehören z.B. das Hotel „SeeLodge“ in Kremmen und das ehemalige Travel-Charme-Hotel „Am Jägertor“ in Potsdam, das Mitte Januar unter der neuen Eigentümerin Christine Wärgny zum neuen Flaggschiff der Romantik Hotel-Gruppe avancierte.

Verschiedene Gesichtspunkte eines Themas und die vereinte Gemeinsamkeit, die zum Ziel führen. Auch die Zusammenarbeit mit dem Land Brandenburg bzw. dem Wirtschaftsministerium und der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH ist für den DEHOGA-Geschäftsführer sehr zufriedenstellend. „Es geht darum, möglichst effizient zu arbeiten, und wir in Brandenburg sind im Vergleich zu anderen Bundesländern dabei gut aufgestellt.“

Berge und Seen, Wiesen und Dörfer, unberührte Landschaften und märchenhafte Wälder

## Reiseland Brandenburg



Die Regionen mit den meisten Besucherzahlen sind bereits seit ein paar Jahren der Spreewald, das Ruppiner Land mit seinem Seen- und Kulturreichtum z. B. in Rheinsberg, das Oder-Spree- und Dahme-Seeengebiet wegen der Seenlandschaft, des Tropical Island und des wachsenden Besucheranstiegs beim neuen BBI-Großflughafen, der Fläming durch den gleichnamigen Fläming-Skate und Potsdam wegen seiner zahlreichen Sehenswürdigkeiten und der Nähe zu Berlin

Text Martina Reckermann

Mit einer Gesamtfläche von mehr als 29.400 Quadratkilometern ist Brandenburg das größte der neuen Bundesländer und zudem in Sachen Tourismus das aktivste Land. In den vergangenen Jahren konnte der Berliner Nachbar mit guten Tourismuskonzepten, Initiativen und Qualitätspunkten – wie die deutlich gestiegenen Besucherzahlen zeigen. Auf diesen Lorbeeren will sich Brandenburg allerdings nicht ausruhen, sondern darauf aufbauen und sich weiter geschlossen als attraktives Urlaubsland präsentieren.

„Das Jahr 2010 ist für die brandenburgische Tourismuswirtschaft sehr gut gelaufen. Jetzt ist schon klar: Die 10-Millionen-Marke bei den Übernachtungen haben wir wieder locker übersprungen. Das ist ein schöner Beleg dafür, dass Brandenburg ein attraktives Reiseziel ist. Unsere starken Themen von Kultur- und Naturtourismus bis hin zu Wellness kommen bei den Urlaubern gut an, ebenso wie die Qualität der touristischen Angebote“, erklärte der hocherfreute Wirtschafts- und Europaminister Ralf Christoffers in diesen Tagen. Zu Recht – denn stolze 3,68 Millionen Besucher kamen allein bis November vorigen Jahres nach Brandenburg, eine Steigerung von 4,7 Prozent, und buchten 10,16 Millionen Übernachtungen und damit 4,4 Prozent mehr als in den ersten elf Monaten 2009. Besonders erfreulich

sei – so der brandenburgische Minister – die gestiegene Zahl internationaler Gäste. Von Januar bis November 2010 verzeichnete Brandenburg 10,3 Prozent mehr Besucher aus dem Ausland als im Vergleichszeitraum. Die meisten Touristen kamen aus den Niederlanden, gefolgt von Polen und Schweden. „Daran zeigt sich, dass es richtig war, im Auslandsmarketing nicht nachzulassen, auch während der Krise 2009. Wir haben mit der Werbung für die vielen schönen Flecken unseres Landes den Boden gut bereitet, sodass wir nun davon profitieren“, fügt Ralf Christoffers hinzu.

### Marketing für Brandenburg

Einen großen Teil dieses Lobes kann sich die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB) auf die Fahne schreiben. Die Landesgesellschaft, an der das Land Brandenburg die meisten Anteile hält, versteht sich als Instrument der Landespolitik. Hier werden touristische Themen entwickelt und vermarktet, sowohl im Inland als auch im Ausland. Ein wichtiges Projekt 2010 war dabei das neue barrierefreie Tourismusportal Brandenburgs, das am 2. September gestartet wurde. „Wir haben damit auf den vorhandenen Bedarf reagiert. Zusammen mit den Tourismusverbänden, dem Landesbehindertenbeauftragten“



und landesweit tätigen Betroffenenverbänden wurden 2008 einheitliche Kriterien für die Erhebung barrierefreier Angebote in Brandenburg erarbeitet“, sagt Birgit Kunkel, Sprecherin der TMB. Die seitdem gesammelten Daten von bereits über 500 erfassten Unterkünften, Restaurants und Sehenswürdigkeiten sowie Tipps und Informationen zum barrierefreien Tourismus sind auf der neuen Internetseite

#### Wasser, Radeln, Natur und Film

Natürlich sollen auch bestehende Themen weiterverfolgt werden wie beispielsweise der Wasser- und Radtourismus. „Brandenburg verfügt über rund 7.000 touristische Radwege wie beispielsweise den Oder-Neiße-Radweg, 21 Radfernwege sowie 13 regionale Routen stehen den Urlaubern zur Verfügung. Man kann sich individuelle Touren, angebunden an den Besuch von Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Angeboten, zusammenstellen lassen. Reiseveranstalter oder Regionen wie die Niederlausitz können ihre Angebote über unsere verschiedenen Plattformen wie Broschüren oder den Internetauftritt vermarkten lassen“, erklärt TMB-Sprecherin Birgit Kunkel.

In Sachen Wassertourismus arbeitet die TMB eng mit den Nachbar-Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern und Berlin zusammen. Die Vermarktung erfolgt als Europas größtes Wassersportrevier unter dem Namen „Blaues Paradies“. Neue Wasserwege wie zum Beispiel der Werbellinkanal, der in diesem Jahr eröffnet wird, werden in den nächsten Jahren das Angebot in diesem Segment noch attraktiver machen und so ganz neue Zielgruppen erschließen.

„Die Schwerpunkte in diesem Jahr liegen einerseits beim Thema „100 Jahre Filmstandort Potsdam“ mit zahlreichen Veranstaltungen rund um die aufregende Vergangenheit des spektakulären Filmmekkas Babelsberg. Andererseits im Naturtourismus“, so Birgit Kunkel.

Außergewöhnliche Naturparks wie im West-Havelland und Biosphärenreservate wie beispielsweise der Spreewald sollen durch ihre speziellen Angebote wie „Yogawandern“ in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt werden.



Ralf Christoffers, Wirtschafts- und Europaminister

„Unsere starken Themen von Kultur- und Naturtourismus bis hin zu Wellness kommen bei den Urlaubern gut an, ebenso wie die Qualität der touristischen Angebote.“

www.barrierefrei-brandenburg.de zu finden. Mit individuellen Suchfiltern kann man damit einen passgenauen Urlaub herausuchen. Für dieses neue Projekt konnte als Botschafter Ronny Ziesmer, der nach einem Trainingsunfall auf den Rollstuhl angewiesen ist, gewonnen werden. Der ehemalige Olympiasportler begrüßt die Nutzer der neuen Internetplattform mit einer kurzen Videobotschaft.



Ein unvergessliches Abenteuer für erholsuchtsüchtige Genießler  
- mit dem Kahn durch den Spreewald  
Foto: Dehnen/Thomson

Unberührte Natur wird in Brandenburg mit viel Engagement  
geschützt - Biosphärenreservat Schorfheide-Fenn  
Foto: Dehnen/Thomson

"Brandenburg unter Dampf" - die besten Köchinnen der  
kulinarischen Diaspora den Kampf an  
Foto: 2010

### Tourismuskonzept für 2011 bis 2015

Nach dem offensichtlich erfolgreichen Landes-tourismuskonzept 2006 bis 2010 wird Wirtschaftsminister Ralf Christoffers auf der ITB die neue Konzeption für die kommenden vier Jahre präsentieren. „Einzelheiten werden noch nicht verraten“ – so die Pressestelle. Auf jeden Fall werden an die bereits erfolgreichen Konzepte angeknüpft.

Allerdings zeichnen sich erste Eckpunkte ab, wonach sich Brandenburg auch zukünftig mit seinem Wasserreichtum und seinem Kulturerbe noch deutlicher von seinen Wettbewerbern abheben soll, wie es in einer Presseerklärung heißt. An der Qualitätsorientierung der Branche solle auf jeden Fall festgehalten werden, so der Minister. Hierzu hob Christoffers besonders die erfolgreiche Marketing- und Qualitätsoffensive „Brandenburger Gastlichkeit“ des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Brandenburg DEHOGA hervor. Die erfolgreiche Innovation ist in Brandenburg mittlerweile flächendeckend vertreten. Andere Bundesländer erwägen sogar die Übernahme des Konzepts, in Schleswig-Holstein wurde es sogar schon übernommen. „Wir haben 2004 diese Initiative gestartet, um Brandenburger Gastronomen vom Café bis zum Gourmetrestaurant ein Marketinginstrument in die Hand zu geben. Gemeinsam wollten wir unseren Gästen zeigen, dass Brandenburger Gastronomen auf Qualität setzen“, erklärt DEHOGA-Geschäftsführer Olaf Lücke. Man müsse nicht Mitglied bei der DEHOGA sein, um sich testen zu lassen. 250 Unternehmen haben bereits mitgemacht, um ihre Qualität von Speisen, Getränken, Service, Ambiente und Gästebetreuung unter Beweis zu stellen. Für die Qualifizierung gibt es ein Siegel in Form einer Plakette, mit der das Unternehmen werben kann und das zwei Jahre gültig ist.

### Gemeinsam erfolgreich

Die erfolgreiche Vermarktung des Einzelnen sei jedoch genauso wichtig wie die Stärkung des Brandenburger Images des ganzen Landes, so Lücke. „Unter diesem Aspekt kooperieren wir auch mit der Initiative ‚Brandenburg unter Dampf‘, ein Netzwerk von zehn Spitzenköchen der Mark, um die Gourmetküche zu etablieren. Dazu gibt es eine Genuss-Charta, die einen Frische- und Qualitätsstandard vorschreibt. Einmal im Jahr wird für das besondere Engagement für die Brandenburger Küche und Produkte ein Preis verliehen.“ Zum Zusammenschluss der Top-Gastronomen, gehören z.B. das Hotel „SeeLodge“ in Kremmen und das ehemalige Travel-Charme-Hotel „Am Jägertor“ in Potsdam, das Mitte Januar unter der neuen Eigentümerin Christine Wagny zum neuen Flaggschiff der Romantik Hotel-Gruppe avancierte.

Verschiedene Gesichtspunkte eines Themas und die vereinte Gemeinsamkeit, die zum Ziel führen. Auch die Zusammenarbeit mit dem Land Brandenburg bzw. dem Wirtschaftsministerium und der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH ist für den DEHOGA-Geschäftsführer sehr zufriedenstellend. „Es geht darum, möglichst effizient zu arbeiten, und wir in Brandenburg sind im Vergleich zu anderen Bundesländern dabei gut aufgestellt.“

### Erfolgreiche Unternehmen

Ein Standpunkt, der von vielen Unternehmern geteilt wird – wie beispielsweise von Christine Clausing vom Hotel Zur Bleiche Resort & Spa, das gerade von der Zeitschrift GEO zu einem der besten Hotels Europas gewählt wurde. Die Besitzerin des 5-Sterne-Hotels in Burg im Spreewald kann sich über ein gleichmäßiges Ganzjahresgeschäft mit rund 80-prozentiger Auslastung freuen. Ihre Stärke



Wellness Spa und Gourmet-Küche laden immer mehr Erholungs-suchende ins Gut Klostermühle nach Alt Madlitz



Mitten in Brandenburg die eigene Mitte finden

sieht die Hotelchefin in ihrem besonderen „Bleiche-Stil“, wozu u. a. die mit einem Stern ausgezeichnete Küche, die Lebensmittel aus der Region verwendet, ein schöner Wellnessbereich, Naturkosmetik und ein generell natürlicher Flair zählen. Mit Preisen von 140,- bis 1100,- Euro für eine „Spa-Suite“ liegt das Spreewälder Hotel eher im oberen Preisbereich, dennoch ist „die Bleiche“ stets gut gefüllt, was natürlich auch auf konsequente Werbung zurückzuführen sei – so Christine Clausing. „Mundpropaganda, Öffentlichkeitsarbeit, Broschüren und die Vermarktung durch das Land Brandenburg sind unsere Marketinginstrumente. Da es für ein Land schwierig ist, für einzelne Unternehmen zu werben, sollte man sich nicht nur darauf verlassen und lieber selbst auch die Initiative ergreifen.“

Für eine internationale Werbekampagne fehle es allerdings den meisten Unternehmen, auch ihnen, an Kontakten und den finanziellen Mitteln. Sehr zufrieden sei sie deshalb mit der Auslands-Vermarktung des Landes, so Christine Clausing. Eine Meinung, die der Direktor von Gut Klostermühle nicht ganz teilt. Jens Dünnbier findet, dass man noch mehr gegen das schlechte Image, das Brandenburg, auch im Ausland hat, tun müsse, denn das habe Brandenburg nicht verdient – so der junge Unternehmer, der seit zwei Jahren das exklusive Hotel in Alt Madlitz führt. „Viele Gäste, die zum ersten Mal hier waren, sagen mir, wenn sie gewusst hätten, wie schön es in Brandenburg ist, wären sie schon viel früher gekommen.“ Begeistert sind die Besucher natürlich auch vom Gut Klostermühle. „Einer unserer Pluspunkte ist unsere Abgeschiedenheit mitten in einem Landschaftsschutzgebiet und die gleichzeitige Nähe zu Berlin. Das Besondere bei uns ist, dass wir unseren Gästen einen Weg aufzeigen, wie sie ein gutes und gesundes Leben führen können. Dafür reicht sogar, wenn es nicht anders geht, auch ein Wochenende. Wir bieten ein

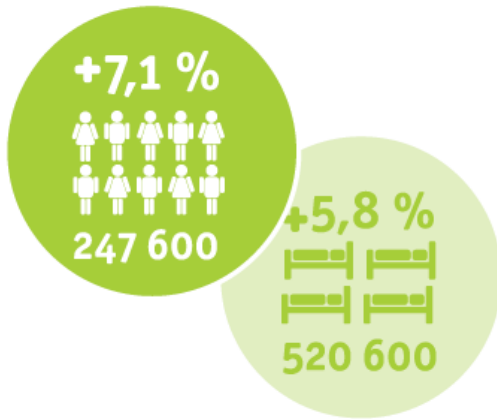
Gesamtpaket von Ruhe, Gesprächen, erfahrenen Sportwissenschaftlern, die Gesundheits- und Fitness-Tipps geben sowie Anwendungen durchführen, Sportaktivitäten wie Reiten – und natürlich gutes Essen“, schwärmt Jens Dünnbier. Das Hotel ist übrigens auch Mitglied im Netzwerk „Brandenburg unter Dampf“ und kann mit einer qualitativ hochwertigen Gourmetküche aufwarten. Neben diesen beiden erwähnten



Jens Dünnbier, Direktor des Gut Klostermühle

„Jedes Hotel sollte sich auch selbst um das Marketing kümmern und nicht nur die Hände in den Schoß legen und darauf warten, dass es das Land tut.“

Hotels gibt es gerade in Brandenburg eine Vielzahl von Wellness-Medical Spa- und Thermenhotels, die wieder gemeinsam mit dem Land Brandenburg und den anderen vorgestellten Initiativen bei der ITB vertreten sind. „Das Wellness-Segment ist und bleibt eine starke Säule des erfolgreichen Brandenburger Tourismus und basiert natürlich auf unseren erstklassigen Hotels“, erklärte Ralf Christoffers. In diesem Jahr gibt es auf der Messe erstmalig einen gemeinsamen Stand mit Berlin. ■



Gäste und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben des Landes Brandenburg Oktober 2010

