

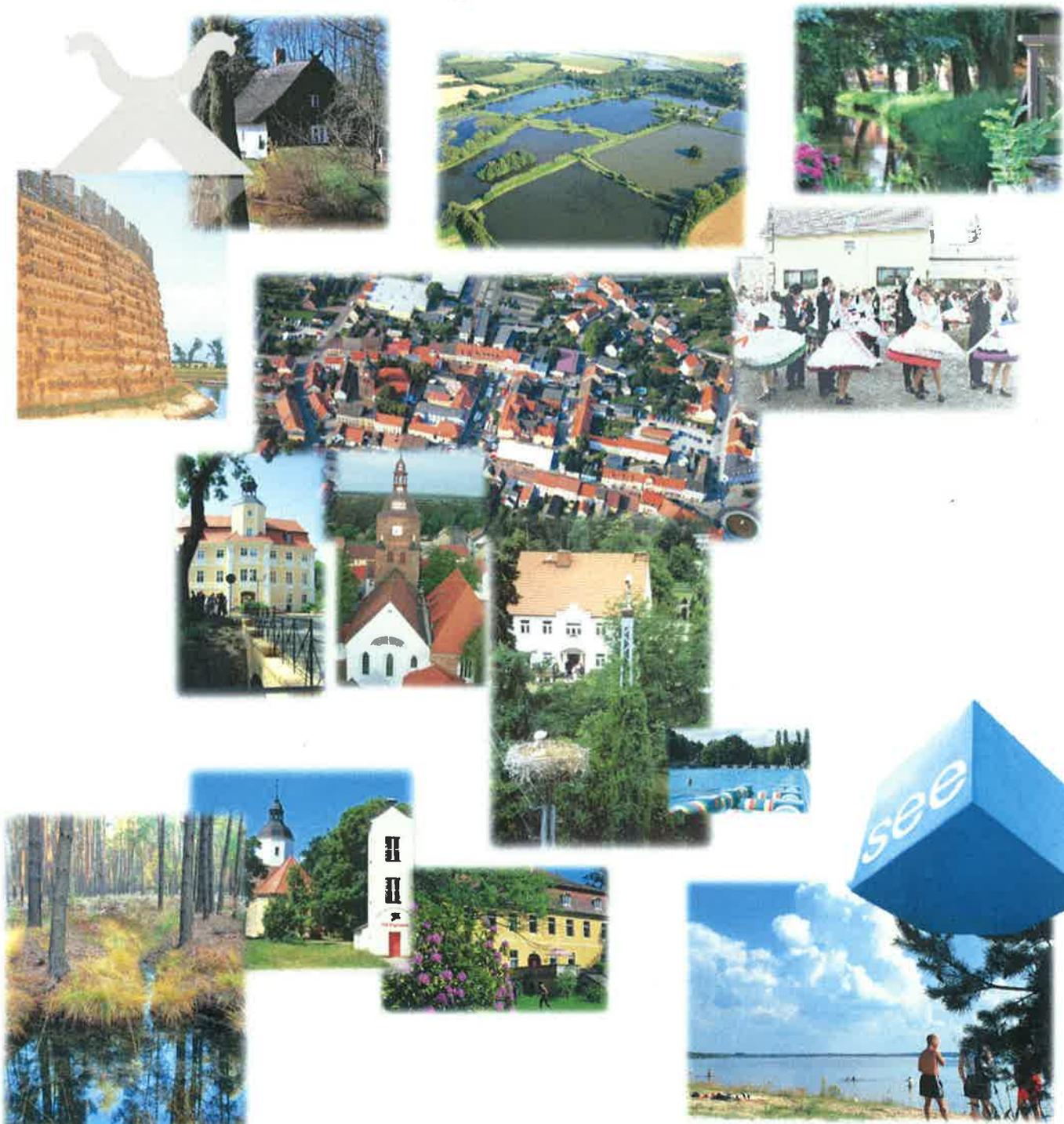
# STADT VETSCHAU/SPREEWALD MĚSTO WĚTOŠOW/BLOTA



## Stadtentwicklungskonzept Fachgebiet TOURISMUS

- ENTWURF -

Stand: 20.01.2013





## 1. Einführung und Ziele dieses Dokumentes

### 1.1. Situation

Die Stadt Vetschau/Spreewald wandelt sich seit einigen Jahren. Der wirtschaftliche Schwerpunkt hat sich seit 1990 von der Energiewirtschaft zu einem erfolgreichen Standort der Mechatronik/Metallverarbeitung, Lebensmittelindustrie sowie Energietechnologie gewandelt. Gleichzeitig sieht die Stadt im Wirtschaftszweig Tourismus eine weitere Entwicklungschance. Sie kann dabei auf eine lange Tradition zurück blicken – seit Anfang des 20. Jahrhunderts und dem Aufkommen des Spreewaldtourismus war Vetschau eine gut eingeführtes Ziel für Gäste aus der Region und aus Berlin.



Abbildung 1: Flyer aus 2 Jahrhunderten:  
Links 30er-Jahre, rechts 2012.

1997 stellte dazu die Stadt ein Tourismuskonzept auf, 2001 folgte innerhalb des Leitbildes „Stadt mit Energie“ ein weiteres Bekenntnis zum Tourismus. Viele der damals getroffenen Annahmen und Ziele sind eingetroffen, einige sind aus verschiedenen Gründen aus dem Blickfeld geraten. Die derzeitige Situation ist eine gute Ausgangslage, jedoch ist durch vielfältige höhere Ansprüche und geänderte touristische Grundsätze ein zielorientiertes, abgestimmtes Agieren nötig.

### 1.2. Ziele

**Leitbild-Entwicklung.** Seit 2010 besteht ein Tourismusausschuss, der vielfältige Themen bespricht, Projekte begleitet, Ideen einbringt und verwirklicht sowie über die künftige Entwicklung im Bereich Tourismus berät. Der Ausschuss entschied sich Ende des Jahres 2012 ein neues Tourismuskonzept in die Wege zu leiten. Damit sollen alle Konzepte, die im touristischen Bereich Entscheidungen treffen, zusammengefasst und aktualisiert werden. Hauptteil ist jedoch, ein Leitbild zu finden und zukünftige Arbeit, Aktionen und Projekte darauf auszurichten und damit die der Stadt zur Verfügung stehenden Ressourcen effektiv einzusetzen. Dabei soll darauf geachtet werden, dass Bürger und Gastgeber/Touristiker hinter dem Leitbild stehen und gemeinsam an dessen Umsetzung arbeiten.

**Verknüpfung thematisieren.** Im Norden hat die Stadt Anteil am „Spreewald“, der gleichzeitig EU-Biosphärenreservat, einzigartige Wasserlandschaft, deutscher sowie sorbischer Kulturraum, Wirtschaftsraum für regionale Produkte sowie das weit über die Landesgrenzen hinaus bedeutsame Reisegebiet ist. Andere Kommunen sind hier in der touristischen Entwicklung wesentlich stärker gewachsen. Durch die Mittlerposition im südlichen Oberspreewald zwischen Burg und Lübbenau sieht die Stadt aber Chancen, an der Entwicklung teilzuhaben. Dies bezeugt auch das ernsthafte Bestreben, für den Ortsteil Raddusch staatlich anerkannter Erholungsort zu werden. Das touristische Angebot „Entwicklungskonzept im Einklang mit der Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011-2015 (Produktlinien Rad, Wasser, Natur und Kultur) für das Reisegebiet Spreewald“ zu erweitern, wird ein Teil der Konzeption sein. Schon heute hat die Kommune Vetschau mit der Slawenburg und der Wendisch-Deutschen Doppelkirche Einrichtungen, die die touristische Wirtschaft im Spreewald bereichern.

Aber auch im Süden bestehen Entwicklungschancen im Seenland. Diese Landschaft und das Reisegebiet sind „im Werden“. Der Gräbendorfer See ist jedoch bereits voll geflutet und für die Nutzung freigegeben. Die Wasserqualität ist hervorragend. Bereits jetzt ist der See für Erholungssuchende der Region sehr bekannt. Der Masterplan der IBA Fürst-Pückler-Land als informelle Perspektivplanung sieht drei touristische Gebiete in Vetschau, OT Laasow, in Altdöbern und in Drebkau vor. Die Stadt Vetschau/Spreewald hat für ihre Fläche 2007 einen Bebauungsplan aufgestellt und das Verfahren 2012 abgeschlossen. Der Plan ist inzwischen rechtskräftig. Geplant sind Ferienhäuser an Land, Stege für weitere schwimmende Häuser, öffentliche Strandbereiche, eine Pension und Platz für die Weiterentwicklung der bestehenden „Schwimmenden Tauschschule“.

Ein Schlüsselprojekt wird in den nächsten Jahren der Aufbau der Brückenfunktion zum Lausitzer Seenland sein. Nirgendwo ist die räumliche und funktionale Nähe so eng wie innerhalb der Kommune Vetschau. Der südliche Spreewaldrand und der nördlichste See des Seenlandes – der Gräbendorfer See – sind hier im Gemeindegebiet vereinigt. Dies soll sich zum einen als Zusatzprodukt für den Spreewald (Thema: Stand und Baden) als auch im Image der Region und als Sinnbild der räumlichen Nähe der beiden Reisegebiete niederschlagen. Die Verknüpfung beider Bereiche ist aber nach wie vor in vielen Bereichen löchrig. Deshalb ist im Leitbild wichtig sich zu verständigen, wie dies und im welchen Rahmen passieren kann.

**Einordnung in die Stadtentwicklung.** Ein touristisches Konzept steht nicht allein im Raum sondern steht immer in Abhängigkeit zu anderen Ziele und Maßnahmen in der Stadtentwicklung. Deshalb müssen Ziele, Strategien und Maßnahmen auf einander abgestimmt sein. Dies muss in diesem Konzept stärker als bisher verknüpft werden.

### 1.3. Aufbau und Verfahren

#### Potenzialanalyse

- Übersicht über Stand touristischer Potenziale
- Evaluation bereits bestehender Konzepte
- Ideensteinbruch

Am Ende soll in einer Tabelle mögliche Stärken, Schwächen, Risiken und Chancen eingetragen und miteinander kombiniert werden.

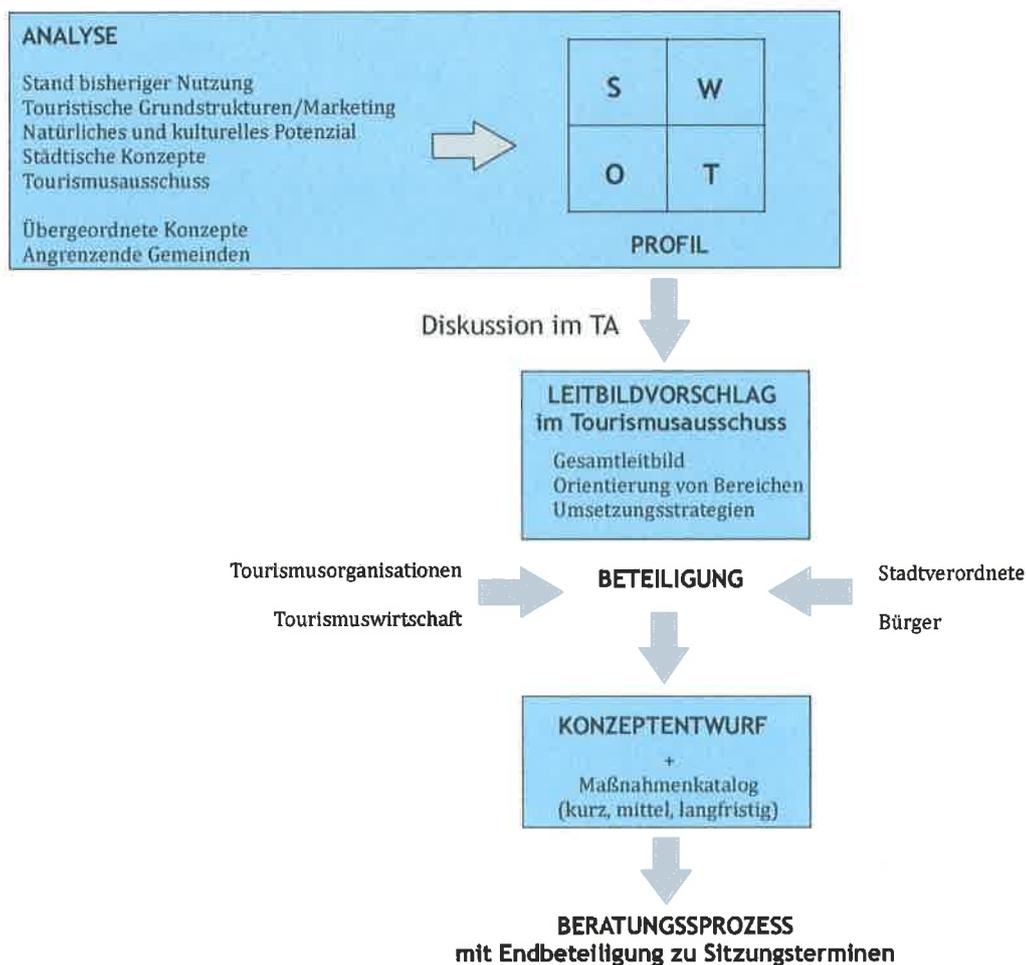
#### Leitbild

Hier sollen strategischen Grundentscheidungen für eine Entwicklung getroffen werden. Wichtig ist ein möglichst breiter Konsens der Politik, Touristiker und Bürger der Stadt.

#### Maßnahmen

Eine Betrachtung von Projekten und Maßnahmen, die nötig sind, um das Leitbild umzusetzen. Diese sollten jedes Jahr neu angesehen werden.

#### Verfahren:





# Ausführliches Inhaltsverzeichnis

---

## TEIL POTENZIAL ANALYSE

<b>1. EINFÜHRUNG UND ZIELE DIESES DOKUMENTES</b>	<b>1</b>
1.1. Situation	1
1.2. Ziele	1
1.3. Aufbau und Verfahren	3
<b>2. BISHERIGE ENTWICKLUNG IM TOURISMUS UND BEZÜGE ZU BESTEHENDEN KONZEPTEN MIT TOURISTISCHEN BELANGEN</b>	<b>3</b>
2.1. Stand der touristischen Nutzung	3
a) Unterkünfte und Übernachtung	3
b) Zusätzliche Einrichtungen	5
2.2. Touristische Grundstrukturen und Marketing	8
a) Touristische Strukturen	8
b) Marketing	10
2.3. Natürliches und kulturelles Potenzial	12
a) Lage und Verkehr, Wasserwege	12
b) Anteil an überregionalem Potenzial	18
c) Endogene Potenziale	21
2.4. Kurz-Auswertung städtischer Konzepte	25
a) Leitbild der Stadt Vetschau/Spreewald	25
b) Integriertes Stadtentwicklungskonzept und Einzelhandelskonzept	27
c) Tourismuskonzept 1997	29
d) Machbarkeitsstudie für eine touristische Entwicklungskonzeption	31
e) Position im Spreewaldtourismus – Erholungsortentwicklungskonzeption für OT Raddusch	32
2.5. Auswertung der Arbeit des Tourismusausschusses	33
a) Allgemeine Arbeit	33
b) Tourismusworkshop	33
<b>3. ÜBERSICHT ÜBER REGIONALE TOURISTISCHE KONZEPTE UND NACHBARGEMEINDEN</b>	<b>34</b>
3.1. Übergeordnete touristische Organisation und Konzepte	34
a) Landestourismuskonzeption (LTK) des Landes Brandenburg 2011-2015	35
b) Marketingkonzeption Lausitzer Seenland	36
c) Leitbild Spreewald (Entwurf) 2011	38
d) Sorbischer Kulturtourismus	41
e) Masterplan Wassertourismus	41

<b>3.2. Konzepte angrenzender Gemeinden und touristischen Nahzielen</b>	<b>43</b>
a) Kolkwitz/Gołkojce	43
b) Altdöbern	44
c) Calau	44
d) Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)	45
e) Lübbenau/Spreewald – Lubnjow/Błota	45
f) Cottbus/Chóśebuz	46
g) Weitere	46
<b>4. TOURISTISCHES PROFIL</b>	<b>47</b>
<b>4.1. Alleinstellungsmerkmale</b>	<b>47</b>
<b>4.2. Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken</b>	<b>48</b>

---

<b>IN RICHTUNG LEITBILD: GERÜST</b>	<b>50</b>
-------------------------------------	-----------

---

## TEIL KONZEPTION

- 6. Touristisches Leitbild der Stadt Vetschau**
  - a. Selbstverständnis, Leitbild
  - b. Touristische Produkte, Hauptfelder
  - c. Räumliche Schwerpunkte
- 7. Strategien zur Umsetzung des touristischen Leitbildes**
  - a. Organisationsstrukturen

---

## TEIL MASSNAHMEN

- 8. Beispiele für Maßnahmen (Empfehlung eines Workshops)
- 9. Geplante jährliche Fortschreibung

## 2. Bisherige Entwicklung im Tourismus und Bezüge zu bestehenden Konzepten mit touristischen Belangen

### 2.1. Stand der touristischen Nutzung

#### a) Unterkünfte und Übernachtung

##### Übernachtungszahlen

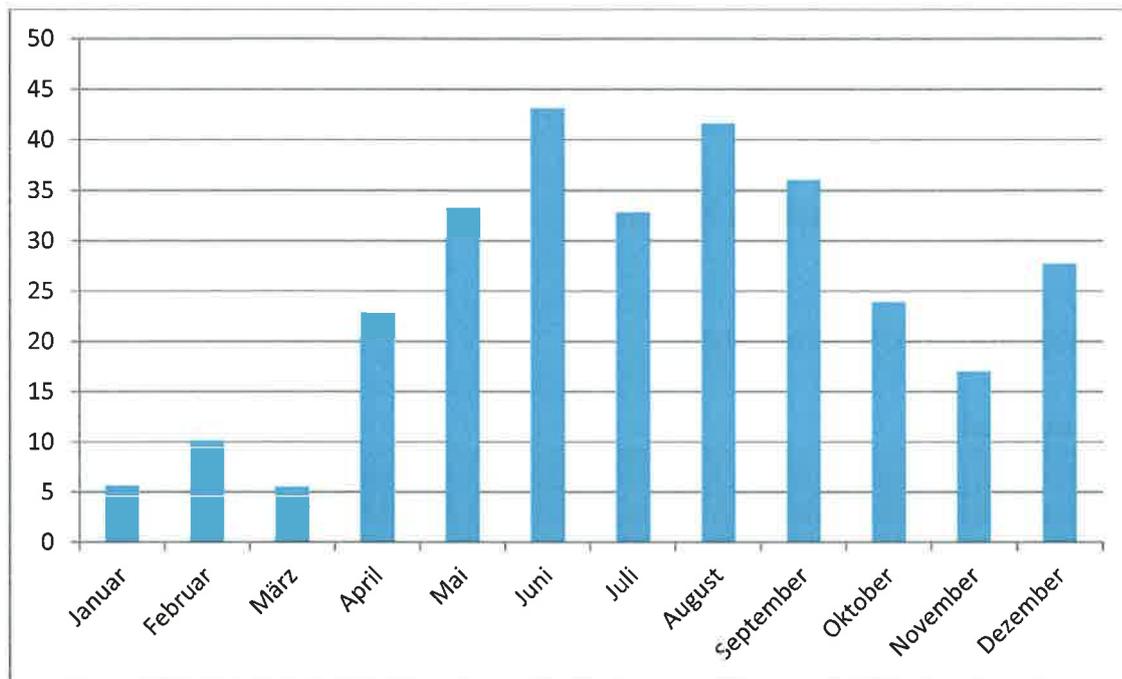
	Beherb.-betriebe <sup>1</sup>	angeb. Betten	EW/ Bett	Auslastung	Ankünfte	Ankünfte Ausland	Übernacht.	Übern. Ausland	Aufenth.-dauer
Vetschau	9	375	23,2	27,3%	13.206	5,0%	29.628	6,0%	2,2 Tage
Kolkwitz	6	182	52,0	24,6%	7.501	1,3%	15.447	1,1%	1,6 Tage
Calau	6	101	83,3	21,4%	3.512	3,6%	7.696	1,8%	2,2 Tage
Lübbenau	41	1.429	11,6	31,3%	87.606	4,7%	208.909	4,0%	2,0 Tage
Burg (S.)	47	2.113	4,4	58,0%	130.256	1,7%	412.976	1,3%	2,4 Tage
Drebkau	3	42	139,7	17,1%	1.500	0,2%	2.709	0,1%	1,0 Tage
Luckau	6	125	79,6	25,7%	4.424	4,0%	12.440	3,0%	2,1 Tage

**Tabelle 1: Übernachtungszahlen für Vetschau und ausgewählte Gemeinden. Zahlen für 2011. Quelle: Landesamt für Statistik Berlin-Brandenburg**

Zu erkennen ist:

1. Vetschau hat einen deutlichen Vorsprung vor Gemeinden, die nicht direkt im Spreewald liegen (sowohl Bettenverhältnis als Ankünfte).
2. Die Tourismushochburgen Lübbenau und Burg sind sehr stark. Allerdings sind wichtige Indikatoren wie durchschnittlicher Aufenthalt oder internationale Gäste auf dem gleichen Niveau wie in Vetschau.
3. Hoher Anteil Gäste aus dem Ausland in Vetschau.
4. Die Auslastung ist mit knapp über 25% gering.
5. Keine Statistik über Tagesausflügler, die deutlicher im Stadtbild zu Tage treten. Auch über Zufriedenheit und Gästewünsche gibt es noch keine Statistik, die sich auf Vetschau bezieht.

<sup>1</sup> Statistisch werden nur Häuser erfasst, die mehr als 8 Betten anbieten



**Tabelle 2: Übernachtungsauslastung in Beherbergungsbetrieben über 8 Betten in Prozent, 2011 monatliche Aufteilung. Quelle: Landesamt für Statistik Berlin-Brandenburg**

Zu erkennen ist die deutliche Saison zwischen Mai und September mit über 30 Prozent, flankierend von den Monaten April und Oktober, wo die Auslastung noch über 20 Prozent lag. Überraschend ist auch die gute Auslastung im Dezember. Wenn eine Stärkung des Tourismus das Ziel ist, ergeben sich zwei Handlungsoptionen. Beide gleichzeitig zu entwickeln bedeutet eine sehr hohe Kraftanstrengung:

- Stärkung des touristischen Angebotes in der Saison (Kräfte und Ressourcen bündeln) – Auslastungskurve verdeutlichen
- Angebotsideen für die Nebensaison entwickeln, um so die Auslastungskurve zu glätten – Nachhaltiger, entzerrter Tourismus

**Unterkünfte**

Hotels			
Märkischheide	1: „Märkischheide“		40
Raddusch	2: Hotel Garni + Radduscher Hafen		70
			124
			234
Pensionen			
Vetschau-Kernstadt	3		28
Naundorf	2		24
Raddusch	1		13
Märkischheide	1		10
			75

Ferienhäuser/-wohnung		
Vetschau-Kernstadt <sup>2</sup>	16	68
Raddusch	12	43
Naundorf	8	35
Ogrofen <sup>3</sup>	8	20
Suschow	4	13
Dubrau	2	10
Stradow	3	6
Laasow	2	4
Göritz	1	2
		201
Summe		510

Tabelle 3: Unterkünfte nach OT. Quelle: Unterkunftsverzeichnis der Stadt Vetschau/Spreewald, Stand 09/2012 mit eigenen Aktualisierungen

**Bewertung:** In Vetschau besteht die Kapazität von mehr als 500 Betten in verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten und -qualitäten. Das ist eine hohe Zahl. Davon befindet sich knapp die Hälfte im OT Raddusch. Mit den anderen Ortsteilen beträgt der Schwerpunkt im Biosphärenreservat rund  $\frac{3}{4}$  der angebotenen Betten. Aber auch in Ogrosen hat sich ein Angebot entwickelt. In der Kernstadt Vetschau/Spreewald sind nach dem Wegbrechen des Ratshotels vorrangig Ferienwohnungen und Pensionen zu finden, jedoch auch mit hoher Konzentration.

Die Qualität ist unterschiedlich, die meisten sind jedoch nicht zertifiziert.

Die Übernachtungsstruktur ist in Vetschau auf einem guten Niveau. Wichtige Indikatoren sind in ihren Dimensionen auch in umliegenden Spreewaldgemeinden zu finden, nicht zu vergleichen mit Orten, die außerhalb der unmittelbaren Spreewaldregion liegen. Problematisch sind die zu geringe Auslastung außerhalb der Saison und dass zu wenig (Hotel-) Betten vorhanden sind (beide Indikatoren korrelieren miteinander).

## b) Zusätzliche Einrichtungen

### Gaststätten

Im Gaststättenverzeichnis sind 20 Gaststätten in Vetschau/Spreewald verzeichnet.

Das Angebot an gastronomischer Versorgung ist in Gesamtheit gut. Es fehlt jedoch an einer Diversifizierung. Es dominieren „bürgerliche Küche“ und Imbissangebote. Im Altstadtbereich fehlt ein Café.

<sup>2</sup> Die WGV bietet an, eine gesamte Wohnung (zurzeit 6) in der Neustadt zu vermieten. Die Auslastung ist gut, vor allem an Feiertagen und langen Wochenenden und in der Feriensaison, wo auch bis zu 2 Wochen angemietet wird. Hauptgruppe sind Fahrraderkunder der Region.

<sup>3</sup> Inklusive Pfarrhaus mit 8 Übernachtungsmöglichkeiten

**Bewertung:** Problematisch ist die wirtschaftliche Basis der 20 Vetschauer Gaststätten. Einerseits reichen oft Touristenzahlen allein nicht aus, um Gaststätten zu betreiben (Saisonalität, Angebot), andererseits fehlt die Nutzungsfrequenz durch die Bürger der Stadt<sup>4</sup>. Ein dürftiges, einseitiges Angebot führt jedoch dazu, dass Touristen die Stadt Vetschau als Ort, der sie willkommen heißen möchte, nicht wahrgenommen wird.

### Hofläden

Hofläden sind Geschäfte, die direkt an einen landwirtschaftlichen Betrieb angeschlossen sind und in dem Produkte vom Hof verkauft werden. Sie ziehen aufgrund dieser engen Verbindung häufig auch Touristen an, vor allem wenn zusätzlich regionale Zukaufprodukte verkauft werden.

Bezeichnung	Verkaufssortiment
Hofladen Göritz (Göritzer Gemüsegarten)	Lebensmittel; Spreewald-Produkte
Radduscher Hofladen	Lebensmittel; Spreewald-Produkte
Hofladen Gut Ogrosen	Lebensmittel; Spreewald-Produkte
Hofladen Fleißdorf	Lebensmittel; Spreewald-Produkte; Gärtnerei
Spreewaldmarkt Vetschauer Wurstwaren	Lebensmittel; Spreewald-Produkte
Hofladen Gut Dubrau	Lebensmittel; Spreewald-Produkte
Laasower Hofladen Andreas Haupt	Lebensmittel; Spreewald-Produkte

Tabelle 4: Hofläden mit touristischer Bedeutung. Eigene Darstellung.

Es gibt zurzeit sieben Hofläden, die neben Lebensmittel auch Spreewald-Produkte für Touristen anbieten. Daneben gibt es zahlreiche Läden in der unmittelbaren Umgebung (Bischdorf, Bolschwitz, Calau, Mlode, Altdöbern, Leipe usw.) und Geschäfte, die nur ein sehr eingeschränktes Sortiment anbieten (Missen, Ogrosen, Repten, Stradow). Das ist insgesamt eine gute Versorgung, jedoch fehlt ein Geschäft im Altstadtbereich.

### Freizeiteinrichtungen

Angebot	Genre
Angelteiche Stradow	Angeln
Stadtschloss Vetschau, Wappenzimmer und Galerie	Ausstellung
Weißstorchzentrum Niederlausitz	Ausstellung
Heimatstube Raddusch	Ausstellung
Streichelzoo & Schaubauernhof Raddusch	Erlebnis

<sup>4</sup> Dazu gibt es noch keine Untersuchung. Diese Angabe wird von Betreibern gemacht, die ihr Geschäft in Vetschau verlassen mussten. Die Gründe dafür können höchstens in mangelnder Kaufkraft und einem angewohnten Nutzungsverhalten vermutet werden.

Kegelbahn im Gasthaus "Goldener Stern"	Freizeit/Sport
Kahnfährgenossenschaft Spreewald e.V. (R.)	Kahnfahrten
Spreewaldkahnfahrten (R.)	Kahnfahrten
Spreewaldkremser (R.)	Kremserfahrten
Wendisch-Deutsche Doppelkirche	Museum/Monument
Slawenburg Raddusch	Museum/Monument
Reitverein Gut Belten e.V.	Sport/Reiten
Pferde- & Ponyhof Repten e.V.	Sport/Reiten
Tauchschiule Laasow	Sport/Tauchen
Fahrradverleih und Autovermietung im „Gasthof Zum Slawen“	Verleih
Paddelbootverleih im „Gasthof zum Slawen“	Verleih
Jahn's Paddelbootverleih (R.)	Verleih
Paddelbootverleih im Spreewaldhotel Raddusch	Verleih
Boots- und Fahrradverleih (R.)	Verleih
Fahrradverleih Kowalsky	Verleih
Bohema Spreewaldservice (R.)	Verleih/Wanderungen
Gesundheitshof Lewerenz	Wellness/Erholung, Yoga
Altstadtrundgang	Tour
Historischer Rundgang Raddusch	Tour
Fahrrad-Tagestouren	Tour

**Tabelle 5: Freizeiteinrichtungen und -möglichkeiten. Kein Anspruch auf Vollständigkeit!**

Das Angebot an Freizeiteinrichtungen ist in den letzten Jahren gewachsen, vor allem im OT Raddusch. Jedoch fehlt es nach wie vor für Übernachtungsgäste an Angeboten, welche die Aufenthaltsdauer erhöhen können. Kritisch ist es außerhalb der Saison, wo fehlende Angebote mit geringen Übernachtungszahlen korrelieren.

Positiv sind hier die Angebote in Lübbenau und Burg (Therme, Spaßbad, Salzgrotte...) hervorzuheben, die nicht weit entfernt sind. Möglicherweise ist es ratsam, die Bewerbung dieser Einrichtungen in Vetschau zu erhöhen.

## 2.2. Touristische Grundstrukturen und Marketing

### a) Touristische Strukturen

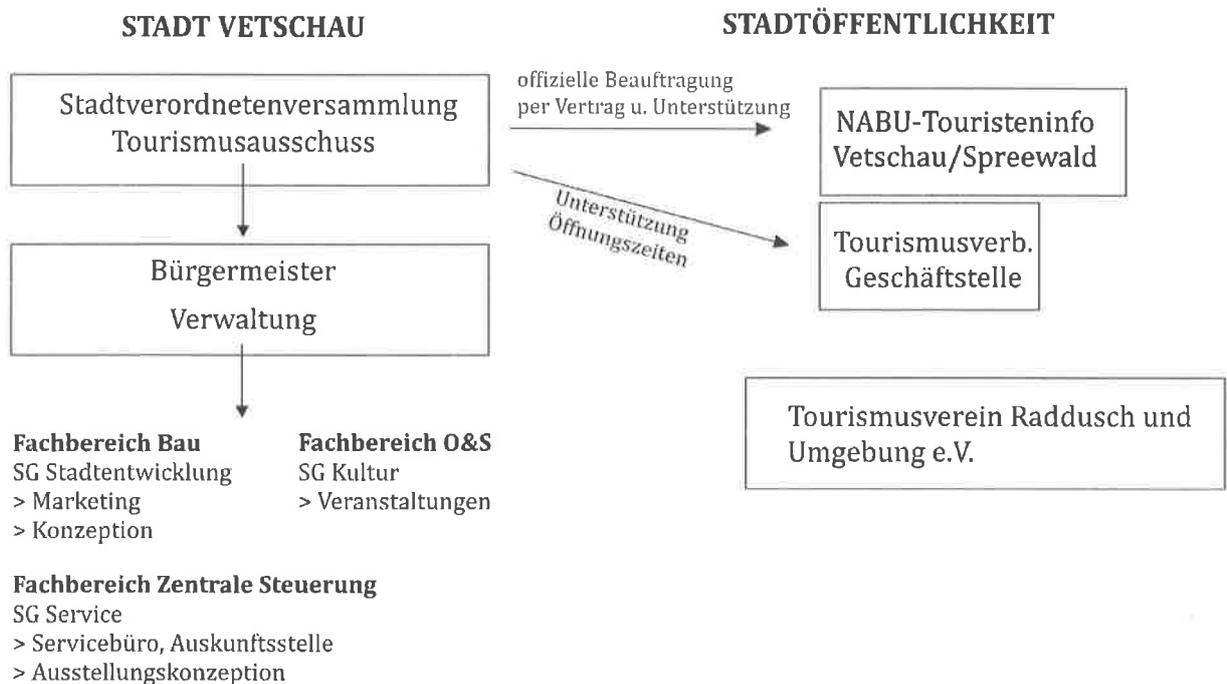


Abbildung 2: Touristische Strukturen in Vetschau/S. Eigene Darstellung.

In Vetschau besteht seit 2010 ein **Tourismusausschuss**. Die Einrichtung eines solchen separaten Ausschusses ist ein Bekenntnis der Kommune zur Forcierung der Tourismusentwicklung (Siehe auch Punkt 2.5 auf Seite 33).

In der Verwaltung sind mehrere Positionen mit Aufgaben betraut, die touristische Relevanz haben, eine eigenständige Struktur/Fachabteilung gibt es nicht (siehe Grafik oben).

Die Verwaltung arbeitet mit mehreren Stellen zusammen, um die Aufgabe „**Tourismusinformation**“ sicherzustellen. Dies sind das Weißstorchinformationszentrum des NABU Calau und die Geschäftsstelle des Tourismusverbandes Spreewald e.V. in Raddusch. Die Überlegungen für eine neue Tourismusinformation laufen. Dabei sind folgende Möglichkeiten bisher in Erwägung gezogen worden:

- Am Schloss (Stadthaus 3) – Vorteil: Eine touristische Anlaufstelle, Ambiente, Synergieeffekte mit touristischer Führung im Stadtschloss und Museumsnutzung, Nutzung eines historischen Gebäudes
- Markt (Geschäft) Vorteil: Marktplatzbelebung, Nachteil: Privates Eigentum/Miete, Parkplatzsituation
- Bahnhof – Vorteil: Einladend für alle Besucher, die nach Vetschau reisen/Lage an Straße nach Burg!, Nachteil: privates Eigentum/Miete

- Verbleib in der Drebkauer Straße: Vorteil: Etablierter Ort, Synergie mit NABU-Ausstellung und Bekanntheit der Internetstörche, Nachteil: ungünstige, isolierte Lage, Raumkapazität
- Verlagerung nach Raddusch, Vorteil: Ambiente und Professionalität des Angebotes, Nachteil: Sehr isolierte Lage für alle anderen Ortsteile

Generell muss geprüft werden, wie die personelle Situation abgesichert werden kann und was angeboten werden soll. Dazu gibt es Zertifizierungsrichtlinien des Deutschen Tourismusverband e.V. (Außenanlagen, Servicqualität, Räumlichkeiten/Ambiente, Toiletten, Öffnungszeiten etc).

In der Organisation der privaten Tourismuswirtschaft ist der **Tourismusverein Raddusch und Umgebung e.V. (TVR)** herauszuheben. Die Stadt Vetschau ist bisher kein Mitglied. Der Verein hat sich zur Aufgabe gesetzt,

- örtliche Interessen des Tourismus gegenüber Behörden, Parlamenten sowie Verbänden und Vereinigungen wahrzunehmen,
- die örtlichen Leistungsträger zu koordinieren,
- die Touristinformatio n der Stadt Vetschau/Spreewald und des Tourismusvereins zu unterstützen,
- bei Entscheidungen zur örtlichen Infrastruktur mitzuwirken,
- die Bevölkerung über die Erfordernisse und die Bedeutung des Tourismus aufzuklären,
- Schwerpunkte im Naturtourismus, Rad- und Wandertourismus und Kulturtourismus zu legen.

### **Tourismusverbände**

Die Stadt Vetschau/Spreewald ist im **Tourismusverband Spreewald (TVS)** Mitglied und arbeitet in Marketingausschuss und der Mitgliederversammlung mit. Zum Seenland gab es Kontakt, zu einer Mitgliedschaft ist es bisher nicht gekommen.

### **Bewertung:**

Im Gegensatz zur Stadt Lübbenau (professionelle, privatwirtschaftliche Organisation des Tourismus und der TI im Verein „Spreewald-Touristinformatio n Lübbenau e. V.“ per Zuschuss von der Stadt), dem Amt Burg (professionelle Organisation des Tourismus und der TI innerhalb der Verwaltungsstruktur als Fachbereich) oder auch der Stadt Calau (Touristeninformatio n über die Wohnungsgesellschaft per Zuschuss) ist die Organisatio n in Vetschau wacklig aufgestellt. Die Zuständigkeiten sind oft nicht klar getrennt, es gibt **keine** „Dachorganisation“, die eine zentrale Koordinierung vornimmt.

Die personelle Absicherung der Touristeninformatio n ist unsicher und verbunden mit der noch nicht abgeschlossenen Suche nach einem endgültigen Ort besitzt dies eine hohe Planungsunsicherheit.

**b) Marketing<sup>5</sup>**

Das Marketing wird vom Fachbereich Bau/Stadtentwicklung gesteuert und ausgeführt. Der Schwerpunkt lag bis jetzt bei Flyern. Ein klassisches „Marketingkonzept“ gibt es bisher nicht. Bisheriges Augenmerk lag darin, Vetschau als Teil des Spreewaldes mit speziellen Angeboten zu betonen und damit auf das professionelle Marketing des TVS aufzusatteln.

**Printprodukte (Stadt)**

Für die Stadt Vetschau sind einige Printprodukte auf dem Markt:

Flyer	Status	Abgabe	Funktion
Flyer Gesamtstadt	In Überarbeitung	Kostenlos	Erstinformation
Flyer Stadtschloss	Aktuell	Kostenlos	Objektinfo
Flyer Doppelkirche	Neue Auflage erforderlich	Kostenlos	Objektinfo
Flyer Altstadttrundgang	Neue Auflage erforderlich	Kostenlos	Rundgang
Flyer Radwege	Aktuell	Kostenlos	Rundgang
Flyer Wappenurkunde	Aktuell (separates L.)	Kostenlos	Objektinfo
Flyer Persönlichkeiten	Neue Auflage erforderlich	Kostenlos	Objektinfo
Postkarten Fotowettbewerb	Jährlich wechselnd	Kostenlos	Souvenir
Kalender	Jährlich wechselnd	Gegen Spende	Souvenir
Hellmann-Broschüre	Aktuell	3 EUR	Für interessiertes Publikum
Broschüre Stadtschloss	Aktuell	4 EUR	Für interessiertes Publikum

**Tabelle 6: Werbepublikationen der Stadt Vetschau/Spreewald. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.**

Das **Corporate Design** der eigenen Produkte ist seit neustem an jenes des Tourismusverbandes Spreewald angelehnt und erhält dadurch eine Professionalisierung und reiht sich erkennbar und durch Farbe und Gestaltungselementen wiedererkennbar ein.

Einzelne Einrichtungen (u.a. die Slawenburg, Weißstorchzentrum) publizieren ihre Angebote in separaten Werbeformaten. Eine Absprache und Koordination gibt es zurzeit nicht.

<sup>5</sup> Der Begriff „Marketing“ bezeichnet zumeist nur die Vermarktung der touristischen Angebote und Dienstleistungen. Er ist aber mehr als klassische „Werbung“, denn Marketing beinhaltet alle Produkte, die die Kundenbindung erhöhen. Er kann aber auch weitergehend bedeuten, sich ganzheitlich auf den Kunden mit Struktur und angepassten Produkten auszurichten.

### **Werbung und Medienarbeit**

Die Stadt schaltet zu ihren bisher wichtigsten Objekten: Wendisch-Deutsche Doppelkirche (angehangen: Altstadt), Schloss (angehangen: Wappenzimmer), Weißstorchzentrum, Slawenburg, Kahnfährrhafen Raddusch (angehangen: Heimatstube), Gräbendorfer See (angehangen: Tauschschule) und manchmal Stradowe Teichlandschaft Anzeigen in Ferienmagazinen, Ausflusstipps und über den Tourismusverband in dessen Publikationen. Eine aktive Medienarbeit (Journalistenkontakt) findet bisher nicht statt, sondern ist dem TVS überlassen (als Gesamtspreewald).

### **Souvenirs**

Das „Mitbringsel“/Souvenir ist eine wichtige Form der Gästebindung. Das Erinnern an den Ort des Erwerbs soll positive Erinnerungen wecken und möglichst zur Wiederkehr oder zum Erzählen anregen. Auf der anderen Seite sind Souvenirs ein Wirtschaftsfaktor für mehr Umsatz, vor allem weil er von Gästen auch erwünscht wird. In Vetschau gibt es außer Printprodukten und Ansteckpins keine. Es ist daher wichtig, ein unverwechselbares, positiv aufgeladenes Sortiment zu entwickeln.

### **Touristisches Wegeleitsystem (TWLS)**

Das TWLS wurde 2012 grundlegend neu aufgestellt. Einige Feinjustierungen und fehlende Schilder sind in den nächsten Jahren zu ergänzen. Das Leitsystem besteht aus folgenden Stufen:

- Hinweistafeln auf der Autobahn (Slawenburg Raddusch)
- Öffentliche Beschilderung an Straßen (braun auf gelbem Grund); wird 2013 hergestellt. Als Anschlussbeschilderung; nur Slawenburg.
- Öffentliche Beschilderung (weiß zu öffentlichen Einrichtungen)
- Hellgrün: Hinweis auf touristische Objekte
- Dunkelgrün: Hinweise auf private Übernachtungen

### **Reservierungssystem**

Genutzt wird das Informations- und Reservierungssystem ReiseLand Brandenburg (IRS) in: Burg, Lübben, Lübbenau, Luckau, Cottbus, bei der TEG GmbH und beim TVS in Raddusch. Eine Einführung in Vetschau erfolgte bisher nicht, da die Personalkapazitäten in der Tourist-Information Drebkauer Str. nicht vorhanden waren. Eine Nutzung per Passivlizenz (Buchungen möglich, Einstellungen/Betreuung über eine Aktiv-Schnittstelle z.B. in Burg) ist angedacht.

### **Messen**

Auf Messen war die Stadt Vetschau bisher nur in Calau bei der Tourismusfachmesse aktiv. Der Messebesuch ist per Kooperationsvereinbarung durch den Tourismusverband abgedeckt. Der Verein in Raddusch hat vor, mehr Messen zu besuchen und sich und die Stadt allein zu präsentieren. Um die Anzahl und die Schlagkraft zu erhöhen, ist es möglich, dass die Stadt einen Zuschuss zahlt oder selbst mit auf diesen Messen präsent ist.

**Bewertung:**

Das direkte Marketing mit Produkten ist quantitativ und qualitativ der derzeitigen Situation angemessen. Das bisherige Angebot ist aber zu stark auf zusätzliche Materialien/Aktivitäten des Tourismusverbandes angewiesen.

Durch den Anhalt an ein übergreifendes Design wird der die Zugehörigkeit zur Spreewaldregion betont. Bei Ausweitung der touristischen Situation müssen die Aktivitäten unbedingt verstärkt und an strategischen Kanälen verbreitet werden. Mit dem Leitsystem ist bereits ein guter Schritt dazu getan, die Orientierung im Stadtgebiet zu erhöhen und Gäste auf weitere Attraktionen aufmerksam zu machen. In den Bereichen Souvenirs, Reservierungssystem und Messebesuchen besteht ein hoher Handlungsbedarf.

## 2.3. Natürliches und kulturelles Potenzial

### a) Lage und Verkehr, Wasserwege

Vetschau liegt sehr verkehrsgünstig. An den überregionalen Verkehr ist die Stadt durch die BAB 15 (Spreewalddreieck – Forst (Lausitz) und über dessen Verlängerung BAB 13 nach Berlin und Dresden) sowie durch die Bahnlinie RE2 (Berlin – Cottbus) angebunden. Es hat mit den gleichen Anschlüssen der Stadt Lübbenau/Spreewald eine Gateway-Funktion (Zugang) zum südlichen Oberspreewald. Für den Kurort Burg, den Erholungsort Werben sowie Leipe ist Vetschau die zentrale Zugangsstelle. Damit hat die Stadt direkte Verbindungen zu wichtigen Quellmärkten von Touristen. Innerhalb der Region ist die Stadt auch gut erschlossen und weist sehr gute Verbindungen zu den Touristischen Zentren Lübbenau und Burg und Cottbus auf. Ebenso sind der Gräbendorfer und der Altdöberner See als nördliche Seenland-Seen gut zu erreichen.

Ein Vorteil ist auch die Nähe des Radduscher Bahnhofs zum Kahnfährhafen (Produktidee „Von der Bahn in den Kahn“). Der Vetschauer Bahnhof ist trotz Eigentümerwechsel immer noch im Leerstand. Geplant ist eine Pension, was das Bahnhofsgelände erheblich aufwerten würde.

Allerdings sind nicht alle Aspekte des Verkehrs positiv. Generell ist die Lärmbelastung durch die Autobahn in Vetschau hoch, was vor allem das Schlossensemble trifft. Aber auch die Lärmbelastung an der L54 als Durchgangsstraße nach Burg (Straße durch den WK I sowie an der Calauer Kreuzung), sowie die Situation an der Schranke sind oft Ärgernisse für Touristen und Anwohner. Die Umgehung der L54 durch die Thälmann- und Jahnstraße durch Touristen oder Anwohner der Region betrifft auch ein ruhiges Wohngebiet. Für den Lärmschutz ist die Kommune zuständig, nur kann sie das nur in Verbin-

dung mit dem Straßenbaulastträger – bei Landesstraßen und Autobahn ist das das Land Brandenburg<sup>6</sup>.

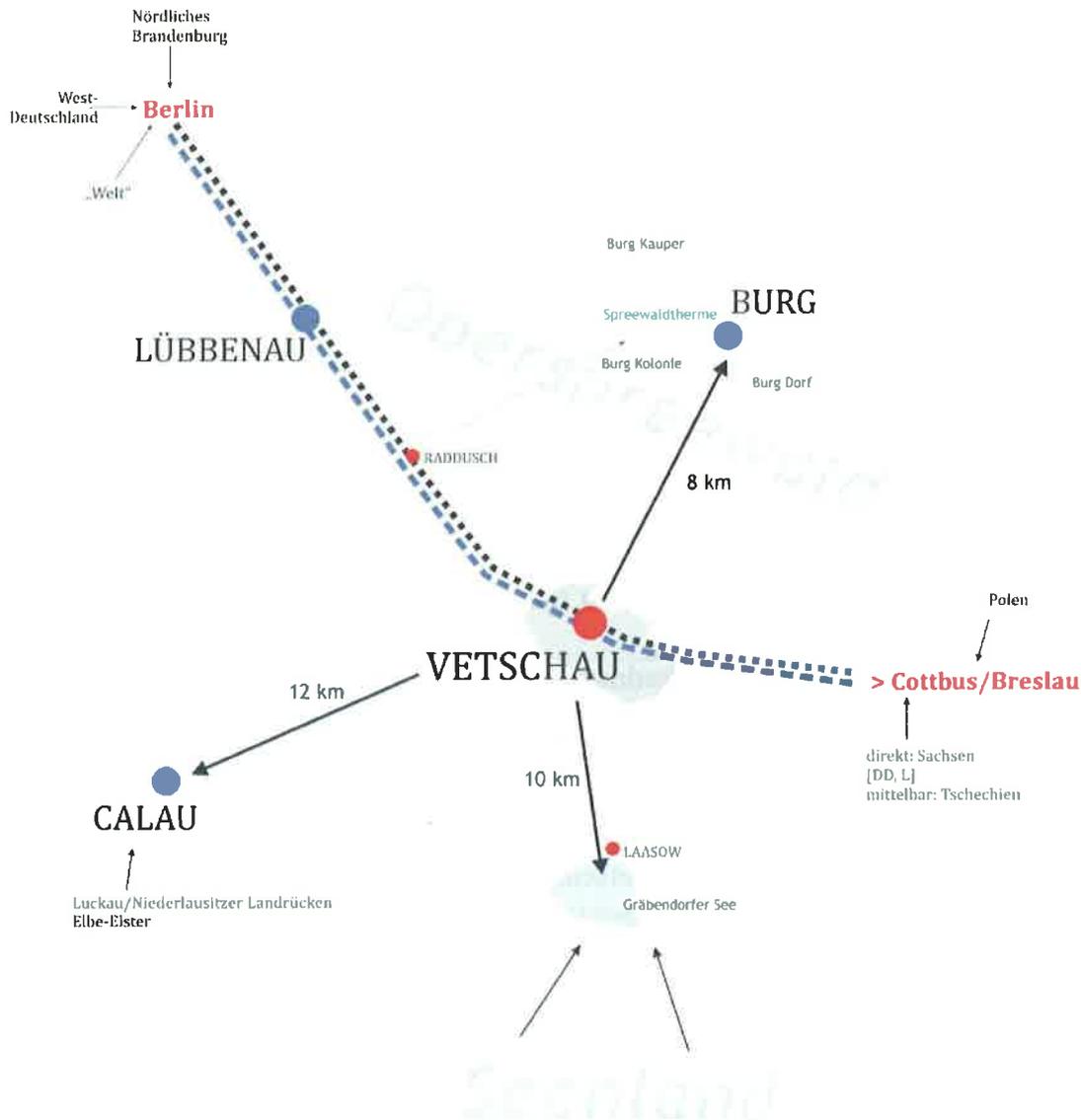


Abbildung 3: Verkehrliche Anbindung und Touristenquellen in Vetschau/Spreewald. Eigene Darstellung.

	Auto	Zug		Auto	Zug
Cottbus	¼ h	¼ h	Leipzig	2 h	2¼ h
Hoyerswerda	¾ h	1 ½ h	Breslau	2½ h	4 h
			Prag	2¾ h	6 h
Berlin	1¼ h	1 h			
Potsdam	1¼ h	2 h			
Dresden	1¼ h	2 ½ h			

Tabelle 7: Erreichbarkeit von Vetschau in Stunden von verschiedenen Quellmärkten

<sup>6</sup> Für 2013 ist eine Lärmaktionsplanung für Vetschau vorgesehen.

**Bewertung:** Die Verkehrliche Lage ist ein wesentliches Potenzial für Vetschau, da es den Zugang zu verschiedenen touristischen Zielen (in und außerhalb Vetschaus!) bildet und gerade für Kurzurlauber, die nur wenig Zeit für die Anreise einplanen. Leider gelingt es der Stadt nicht, einen Großteil des Gästestromes in die Stadt selbst zu lenken. Für die Verkehrsführung in der Stadt und die Lärmbelastung müssen Lösungen gefunden werden.

### Radwegenetz

Vetschau wird von folgenden überregionalen Radwegen durchfahren:

Radweg	Status	Berührte OT	Bemerkungen
Gurkenradweg	Überregional	Naundorf, Suschow, Stradow, <b>Raddusch</b>	<b>Vetschau</b> über optionalen Stich
Niederlausitzer Bergbautour	Überregional	<b>Raddusch</b> , Göritz, Belten, <b>Vetschau</b> , Lobendorf, Tornitz, Wüstenhain	Hinweis auf Kraftwerk fehlt
Fürst-Pückler-Radweg	Überregional	<b>Raddusch</b> , Göritz, Koßwig	Verbindet IBA-Projekte, Tauchschule fehlt
Kranichtour	Überregional	<b>1. Raddusch</b> 2. Ogrosen, Laasow, G.See	Peripher, verbindet NL-Landrücken
<i>(Spreeradweg)</i>	<i>(Überregional)</i>	---	<i>Führt nahe an <b>Raddusch</b> vorbei v. Burg nach Leipe</i>
Niederlautitzer Kreisel	Regional	Laasow, Wüstenhain, Tornitz, <b>Vetschau</b> , über Bolschwitz nach Gahlen, Ogrosen	
<i>(Sorbische Impressionen)</i>	<i>(Regional)</i>	---	<i>Führt an Casel (Drebkau/Gräbendorfer See u. Burg (S.) entlang)</i>
Kirchentour	Stadt	<b>Vetschau</b> , Märkischheide über Eichow nach Wüstenhain, Laassow, Ogrosen, Missen, Gahlen	
Energietour	Stadt	<b>Vetschau</b> , Tornitz, Wüstenhain, Laasow, Missen, Repten	
Teichtour	Stadt	<b>Vetschau</b> , Repten, Koßwig, <b>Raddusch</b> , Stradow	

Tabelle 8: Radwege in Vetschau/Spreewald

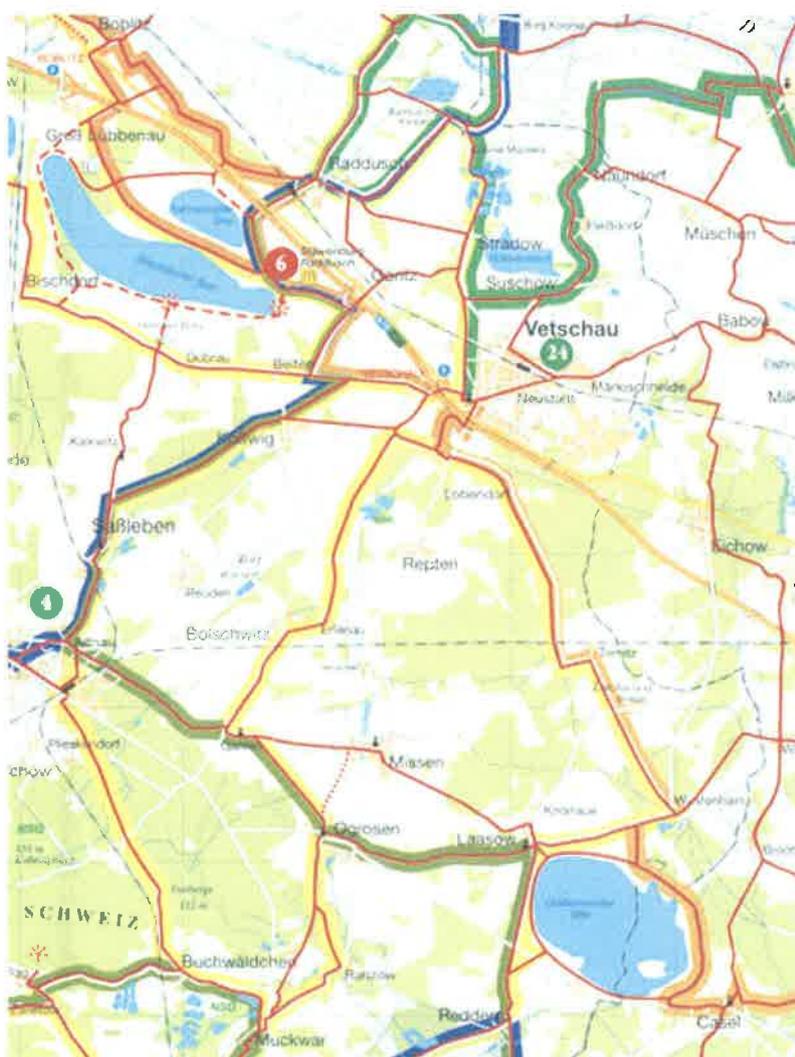
Überregional - Das Radwegenetz ist gut ausgebaut. Der Nordteil ist mit einem dichten Verbindungsnetz überzogen, speziell Raddusch ist ein wichtiger Knotenpunkt. Die Stadt Vetschau/Spreewald ist aber durch zwei Radwege (plus ein Stich) angeschlossen. Im Südteil sind die Radwege weniger dicht verwoben. Der Radweg um den Gräbendorfer

See ist hier ein verbindendes Element. Die Ausschilderung und die Fahrbahnqualität ist gut. Eine Erfassung ist nach längerer Abnutzungsdauer nötig<sup>7</sup>.

Regional/städtisch: Seit 2012 gibt es die Möglichkeit, drei Halbtagestouren im Stadtgebiet zu unternehmen. Anfangs- und Endpunkt ist die Stadt Vetschau, die im Netz aller Radwege eine Verteilerfunktion innehat. Wünschenswert wäre ein ausgewiesener, zentraler Knotenpunkt. Diese Radwege verlaufen größtenteils auf Pfaden der Überregionalen Radwege. Diejenigen, die außerhalb verlaufen, müssten auch erfasst werden, eventuell sind Schilder, Ruhepunkte und Fahrbahnpflegemaßnahmen nötig.

Eine Chance könnten die Zertifizierung als Regionaltouren sein, die auch über den Tourismusverband beworben werden, allerdings liegen die Kriterien ziemlich hoch.

E-Bikes nehmen zu. Dazu ist in Vetschau/Spreewald bisher keine durchgehende Infrastruktur vorhanden. Als Erfahrungswerte gibt es die die movelo-Region Dahme-Spreewald. Immerhin gibt es im Hotel „Radduscher Hafen“ eine Ausleihstation für diese Elektrofahrräder. Akku-Wechselstationen sind in Lübbenau und Burg.



#### **Bewertung:**

Das Radwegenetz ist gut ausgebaut und ausgeschildert. Etliche überregionale Radwege berühren Vetschau als verkehrlichen Knotenpunkt aber nur am Rand. Eine Verbindung mit Radwegen von Nord nach Süd besteht nicht, die Straße Vetschau-Lobendorf-Tornitz-Wüstenain ist zwar wenig befahren, einen hohen Erholungswert bietet sie allerdings nicht. Die zukünftige Freigabe der Radwege um den Bischofswerde See ist eine gute Netzergänzung. Das gesamte Radnetz benötigt eine Erfassungsanalyse. Die Zukunft liegt auch in E-Bikes. Hier ist an eine Infrastruktur mit Aufladestationen und sicheren Abstellmöglichkeiten zu schaffen!

Abbildung 4: Radwege in Vetschau (ohne städtische). Quelle: [www.niederlausitzer-kreisel.de](http://www.niederlausitzer-kreisel.de)

<sup>7</sup> Wird durch die Energieregion Lausitz im Jahr 2013 durchgeführt.

**Wasserwege.**

Dominierend für Vetschau ist der Spreewald im Norden. Die wichtigsten überregionalen Wasserwege sind Südumfluter und die Hauptspreewald, die knapp einen halben Kilometer durch das Gemeindegebiet fließt. Vom Süden laufen drei durchgehende Wasserwege in den Südumfluter:

- Luckaitz oder Vetschauer Mühlenfließ
- Greifenhaier Fließ
- Göritzer Mühlenfließ/Radduscher Kahnfahrt

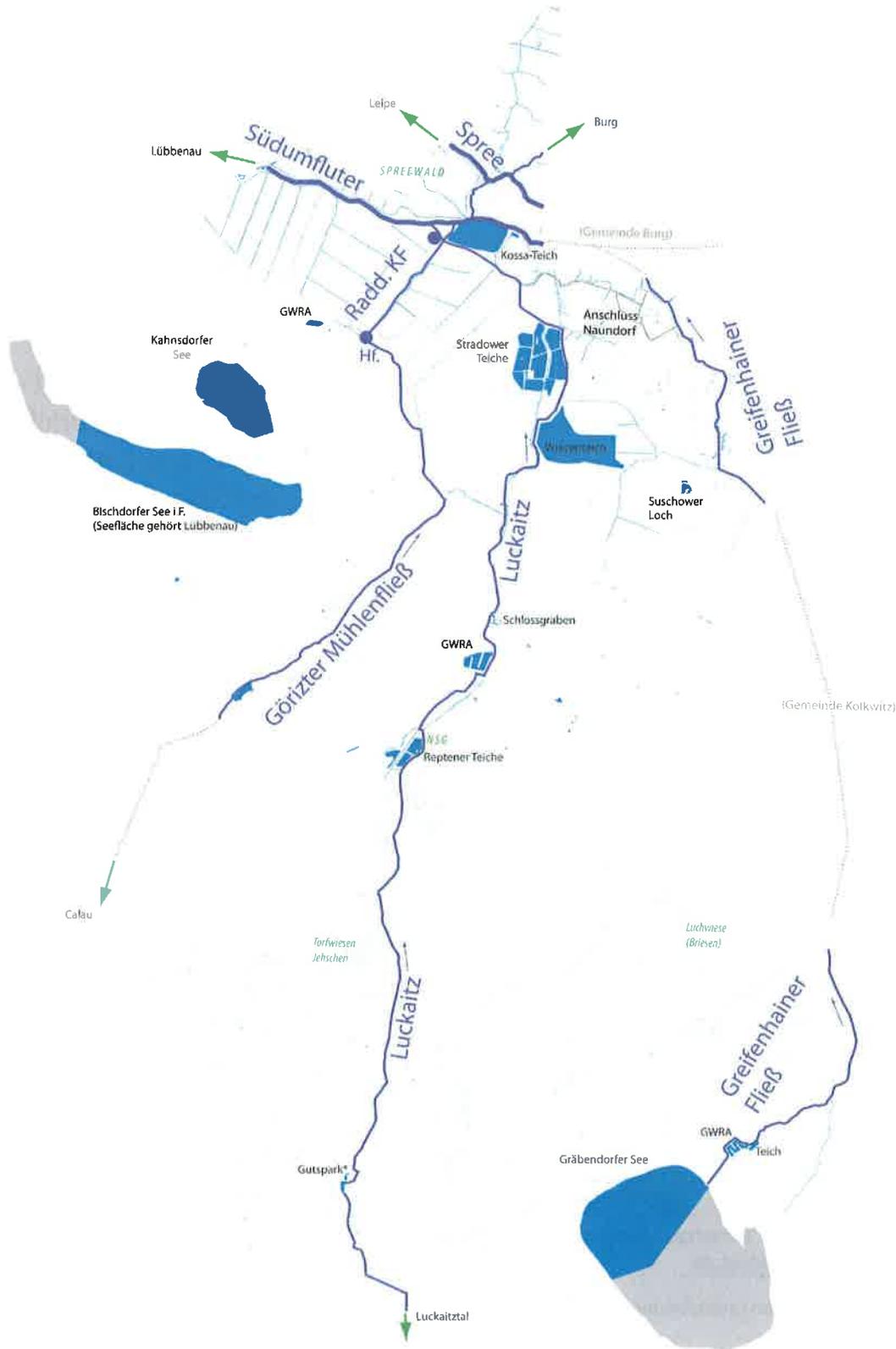


Abbildung 5: Gewässersituation in Vetschau/Spreewald. Eigene Darstellung.

Keines der Fließe ist bisher durchgehend befahrbar.

Für das Greifenhainer Fließ müssten z.B. 14 Straßen und Wege, zwei Bahnlinien und eine Bundesautobahn gequert und touristisch ausgebaut werden. Außerdem liegen nur rund 27 Prozent des 18 km langen Verlaufes in Vetschauer Gemarkung, es müsste intensiv mit Burg und Kolkwitz zusammengearbeitet werden.

Die Luckaitz kann man als Hauptgewässer für Vetschau bezeichnen. Es durchfließt Vetschau einmal in seiner gesamten Länge. Mit seinem Lauf den Ogrosener Gutspark mit den Reptener Teichen, der Grubenwasserreinigungsanlage und Stadtschlossgraben bis hin zu den Stradowen Teichen, Kossateich und Radduscher Kaupen bis zur Radduscher Kahnfahrt und Südumfluter. Es existieren schon seit den 20er-Jahren Gedanken, die Luckaitz zu einem befahrbaren Gewässer in den Spreewald befähigen, dies wurde aufgrund der vielen nötigen Maßnahmen nicht realisiert. 2005 wurden Gebiete des Vetschauer Mühlenfließ mit dem Göritzer Mühlefließ zum FFH-Gebiet erklärt.

Diese drei Fließe sind genauso wie die Radduscher Kahnfahrt von einer „Verockerung“ betroffen. Diese ist für Natur und Tourismus eine ernste Situation.

Der Spreewald als Fließsystem wird in Vetschau vom Kahnfährrhafen in Raddusch aus genutzt. Der geplante Fährrhafen in Naundorf ist nicht realisiert worden, wohl auch weil der Naundorfer Dorfgraben umgestaltet werden müsste. Potenziell ist hier aber ein Zugang zum Spreewald unmittelbar möglich.

### Hier sollte eventuell noch eine Karte mit bisherigen Routen der Kahnfährrleute hinein!

Stehende Gewässer:

Gewässer	Nutzungsabsicht
Gräbendorfer See	Baden, Wassersport
Bischdorfer See	Nicht freigegeben, später Tourismus
Kahnsdorfer See	Naturerlebnis
Reptener Teiche	Naturerlebnis
Stadowen Teiche, Wiesenteich, Kossa-Teich	Fischereiwirtschaft, Angeln, Natur
Grubenwasserreinigungsanlage V. Vetschau	Angeln (eventuell Wiederinbetriebnahme!)
Grubenwasserreinigungsanlage W. Wüstenhain	Angeln (eventuell Wiederinbetriebnahme!)
Grubenwasserreinigungsanlage R.	?
„Suschower Loch“	z.Z. touristisch kaum erlebbar, Naturerlebnis

**Bewertung:** Die Gewässer sind ein deutliches Potenzial für den Vetschauer Tourismus. Sie sind als zentrales Motiv benutzbar. Jedoch sollte die Stadt alles tun, um die Sauberkeit zu gewährleisten (Wasserqualität, Uferbereich) und Verknüpfungen (baulich wie gedanklich) prüfen.

**b) Anteil an überregionalem Potenzial**

Vetschau liegt genau an der Schnittstelle zwischen südlichem **Spreewald** und nördlichem **Seenland**. Auf dem Gemeindegebiet kommen sich beide Reisegebiete so nah wie an keiner anderen Stelle<sup>8</sup>, dazu auch Abbildung 9. Die Stadt Vetschau hat an beiden Gebieten Anteil an den Kernthemen beider Gebiete (Thema: Kahn bzw. Baden, u.a.) wenn auch jeweils geringem Anteil (dazu auch die Analysen zum Spreewald auf Seite 40 und Seenland auf Seite 37).

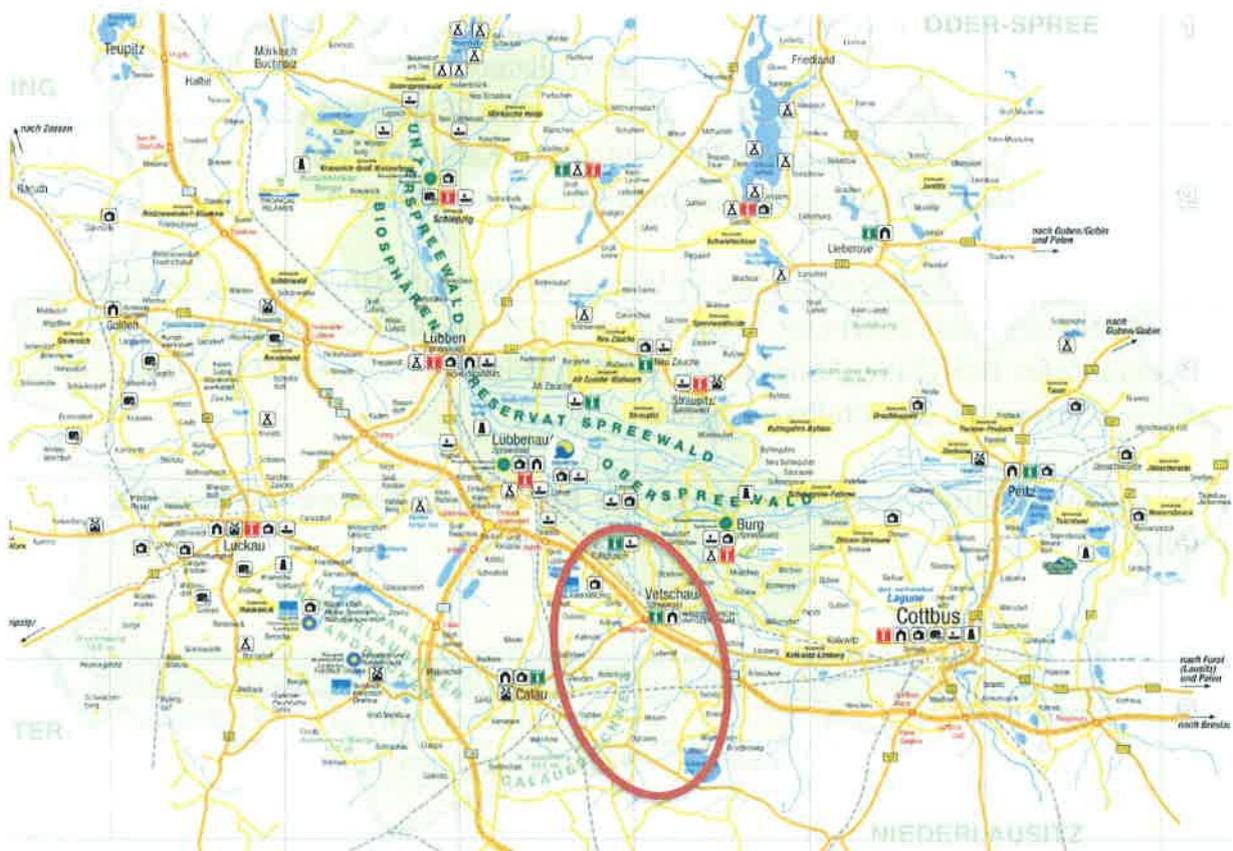


Abbildung 6: Anschließende Lage im Südlichen Oberspreewald. Quelle: Offizielle Reisegebietskarte des Spreewaldes, [www.spreewald.de](http://www.spreewald.de)

<sup>8</sup> Damit ist die engere Eingrenzung gemeint, wo auch die Kernthemen (Fließe und Seen) direkt zu erleben sind. Mit Umland überschneiden sich beide Reisegebiet sicherlich in größerem Maße.

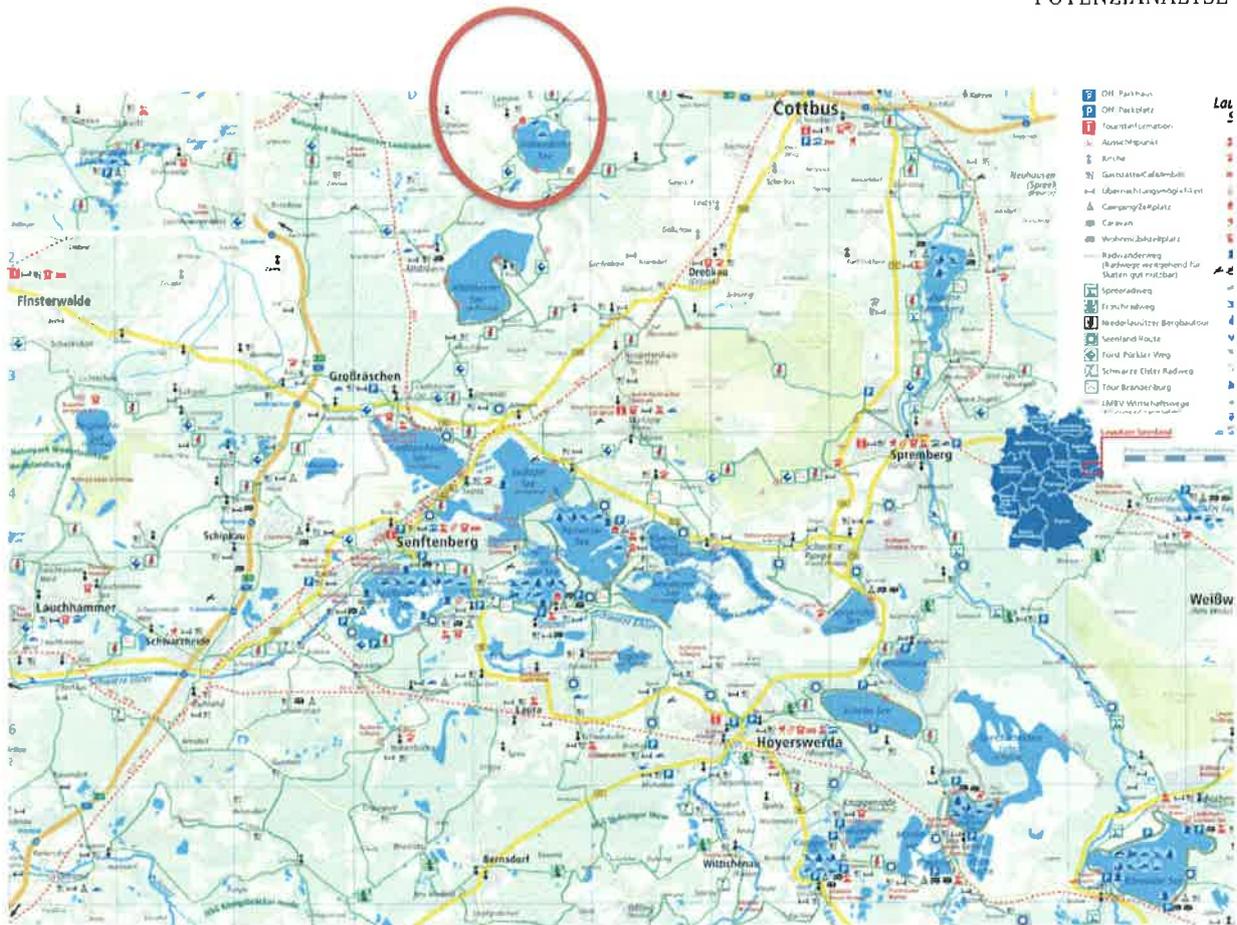


Abbildung 7: Periphere Lage im Reisegebiet Seenland. Quelle: Offizielle Reisegebietskarte von <http://www.lausitzerseenland.de>

Neben diesen bereits etablierten, überregional bekannten Gebieten hat Vetschau im Süden auch Teil am Naturpark „Niederlausitzer Landrücken“ (Thema: u. a. Wandern, Vogelbeobachtung). Auch hier hat die Gemeinde nur einen kleinen Teil (OT Ogrosen), ist also auch eher in der Funktion des „Verbinders“. Allerdings sind hier die Entwicklungen gut zu begleiten – eventuell soll das Gebiet zu einem Biosphärenreservat ausgebaut werden.



wald und langen Alleen. Die Niederlausitz ist ein Gebiet, das sächsische und preußische Wurzeln hat.

**Bewertung:** Die Lage ist einzigartig – als eine Art Bindeglied verbindet Vetschau die Region Spreewald, Seenland und Landrücken miteinander. Es hat Anteil an der Kulturgeschichte der Lausitz und der Kultur der Sorben/Wenden. Alle Themen können an die Gäste herangetragen werden, ohne aufgesetzt zu wirken. Das wirkliche Potenzial jedoch liegt in der einzigartigen Kombination der Dinge.

### c) Endogene Potenziale

#### Landschaft und Bauwerke

Damit sind hier sicht- und besuchbare Orte für Touristen gemeint. Es wird auf eine grundlegende Analyse aller Faktoren verzichtet. Sie sind exemplarisch angelegt. Die Grafik auf Seite 23 zeigt die wichtigsten touristischen Objekte und Potenziale auf. Stattdessen sollen herausragende Merkmale herausgefiltert werden (siehe nächstes Kapitel).

Für einzelne Objekte fehlt die touristische Erschließung (z.B. Schloss). Wichtig ist, dass Objekte auch erfahrbar sind (Geschichte, Besichtigung, Verweil Gelegenheit....).

Landschaftlich ist der hohe Besatz an Landwirtschaft, Wald und Wiesenflächen zu erwähnen. Die Landschaft wirkt erholsam.

**Bewertung:** Die Vielzahl an Naturformen, kulturellen Überformungen und Manifestationen, besuchbaren Einrichtungen und deren abwechslungsreiche Anordnung macht Vetschau zu einem erstrebenswerten Ort der touristischen Entwicklung.

#### Kulturelle Potenziale

Mit kulturellen Potenzialen sind Sachen gemeint, die sich aus der Geschichte ergeben und in den „Köpfen“ der Menschen am Ort sind. Sie sind nicht unmittelbar sichtbar, manifestieren sich an mehreren Orten und sind in Erzählungen erlebbar.



**Niederlausitz**



**LAUSITZ**  
Emergieregion



**Niederlausitzer Landrücken**



**Lausitzer  
Seenland**

The logo for Lausitzer Seenland, consisting of stylized blue and green shapes representing water and land.

Abbildung 9: Potenziale aus überregionalen Feldern

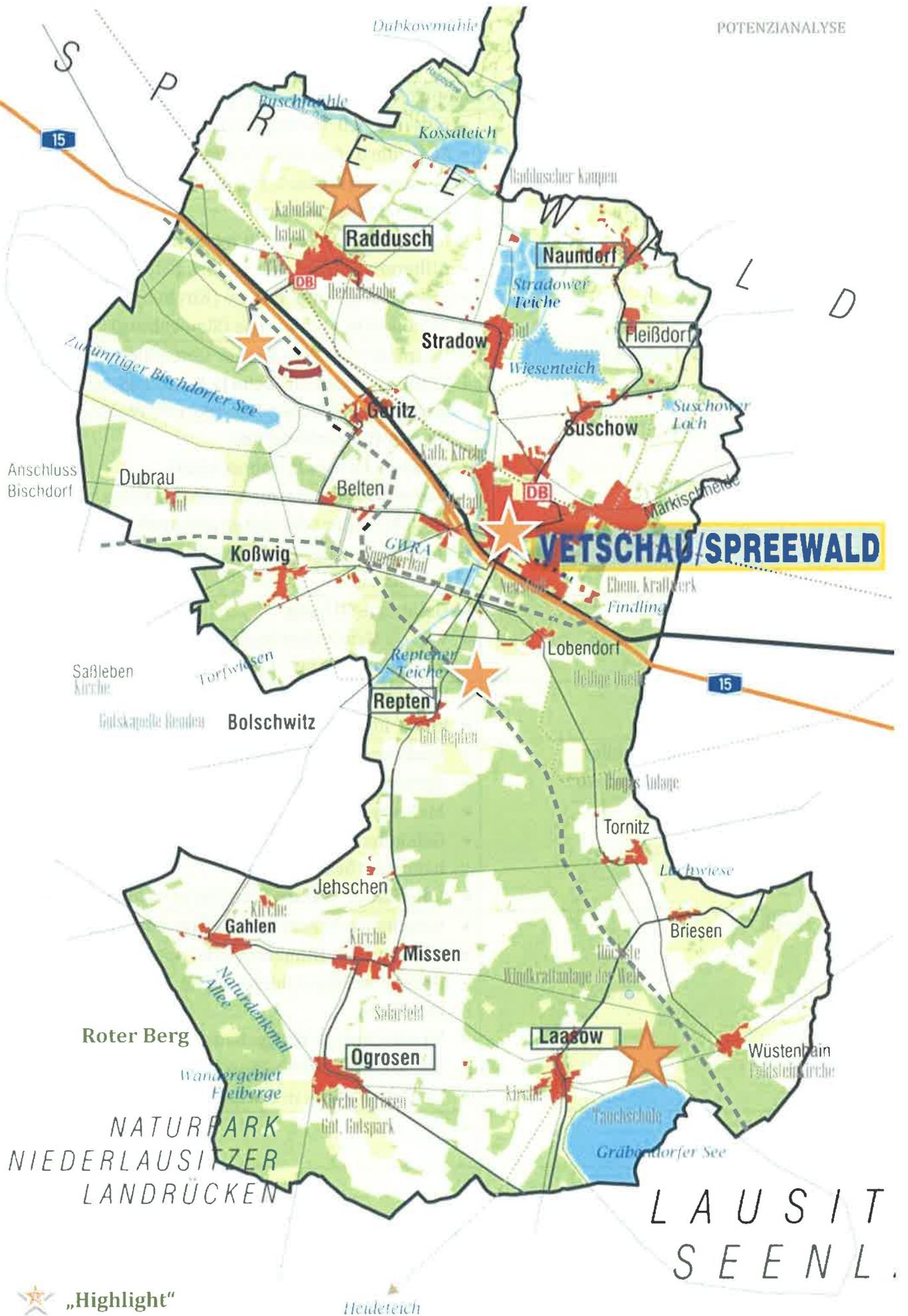


Abbildung 10: Endogene Touristische Potenziale in Vetschau. Eigene Darstellung

Kulturelles Potenzial	Manifestation
Stadtgeschichte (allgemein)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museum [z.B. im Wappenzimmer!]</li> <li>• Stadtführungen, Stadtrundgang (Faltblatt)</li> </ul>
Prägung Braunkohlekraftwerk/ Abbaugbiet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Objekte in der Stadt; Gespräche mit Leuten („Kraftwerkern“)</li> <li>• noch in keiner Ausstellung thematisiert</li> <li>• Altbergbau-Reste (Lobendorf, Belten)</li> <li>• Ausstellung Doppelkirche (Kirchen)</li> <li>• Braunkohle-Archäologie (Slawenburg)</li> </ul>
Sorbisch/Wendische Kultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doppelkirche/Wendischer Gottesdienst</li> <li>• Traditionsfeste/Bräuche (z.B. in Raddusch, Märkischheide, Stradow; Naundorf)<sup>10</sup>, Woklapnica in Naundorf, Beschilderung</li> <li>• spezielle Orte (z.B. Loboschitza)</li> <li>• Slawenbg./Sommerfestspiele (Lěšojske graša)</li> <li>• Sprache leider sehr selten anzutreffen</li> <li>• Doppelsprachige Bildung vom Kindergarten bis Oberschule</li> </ul>
Berühmte Personen: Richard Hellmann	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hellmann-Stiftung</li> <li>• Versch. Orte in der Stadt (Wappenzimmer, Turnhalle, Haus Cb. Str. ...)</li> </ul>
Berühmte Personen: Wilhelm Schieber	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denkmal am Friedhof</li> <li>• Bilder im Stadtschloss/städtischen Besitz/Publik.</li> </ul>
Historischer und aktueller Produktionsfaktor Landwirtschaft/Lebensmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtgeschichte: Viehmarkt</li> <li>• Spreewald-Gurken</li> <li>• Mehrere Hofläden in der Umgebung</li> <li>• Gebäude: Erlebnis Gut Ogrosen, Wirtschaftsgebäude am Schloss</li> <li>• Vetschauer Wurstwaren/Spreewaldbauer Ricken</li> </ul>
Musik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vetschauer Musikverein; Ehrenbürger Ettelt</li> <li>• Kulturverein (Konzerte in Doppelkirche)</li> <li>• Berühmte Flügel Bechstein im Kirche, Steinway in Schloss</li> <li>• Musikschule in Bürgerhaus</li> <li>• Sorbischer Kindergarten (Auftritte)</li> <li>• ev. Entwicklung in Göritz (Musikhaus)</li> </ul>
.....	•
.....	•

Tabelle 9: Kulturelle Potenziale und Manifestationen

<sup>10</sup> Eine genaue Auflistung der sorbischen Feste (Festkalender etc.) gibt es noch nicht. Diese ist innerhalb der Konzeptanalyse auch nicht geplant. Sollte aber im Nachgang angelegt werden.

## 2.4. Kurz-Auswertung städtischer Konzepte

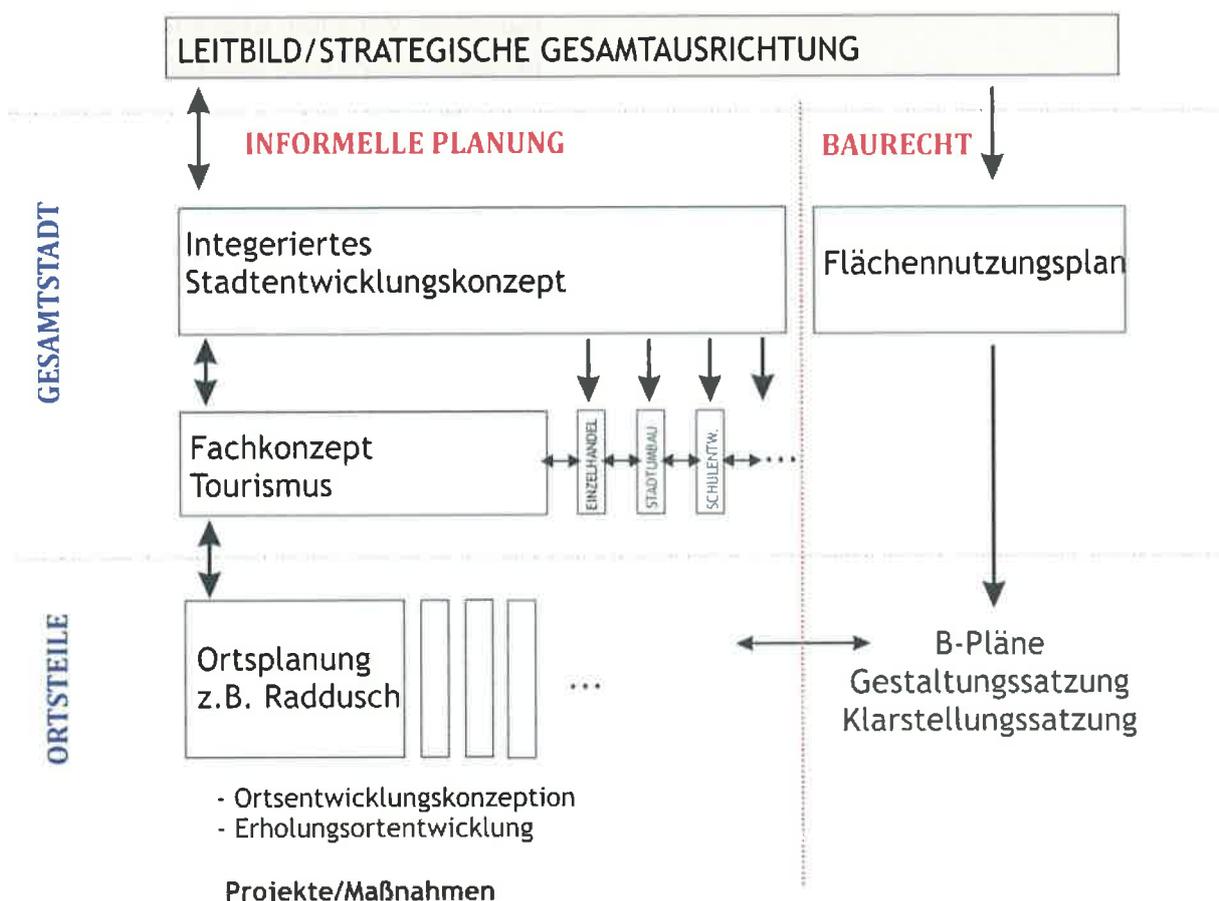


Abbildung 11: Einordnung der Tourismusentwicklung ins städtische Planungsumfeld. Eigene Darstellung

### a) Leitbild der Stadt Vetschau/Spreewald

Unter der Marke „Stadt mit Energie“ wurde 2001 ein Leitbild für die Stadt erarbeitet. Darin heißt es unter dem Unterziel „Vetschau ist eine gepflegte Kleinstadt“: „Selbstbewusst nutzt die Stadt Vetschau [die] Lage zwischen der gestalteten Braunkohlelandschaft im südlichen und den Spreewald im nördlichen Umfeld als Impulsgeber, Dienstleistungszentrum und als Teil der ‚Brücke‘ zwischen dem Nord- und Südteil der Region“.

Zielbereich	Ziele (touristischer Bereich)
Wirtschaft, Arbeit, Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourismus als Wirtschaftsfaktor fügt sich wie selbstverständlich in alle gesellschaftlichen und unternehmerischen Vorgänge ein</li> </ul>

Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbildliche Anbindung + Lage = Tor zum Spreewald</li> <li>- Bahnhöfe Vetschau und Raddusch beleben Tourismus und sollen entwickelt werden</li> <li>- Vetschau – fahrradfreundliche Stadt</li> </ul>
Stadtentwicklung, Handel, Dienstleistung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtbild, Gastronomie, attraktive Fachgeschäfte u. Kultureinrichtungen machen Vetschau zum Erlebnis</li> <li>- Wochenmarkt zieht Besucher an</li> <li>- TI am Markt</li> </ul>
Kultur/Freizeit/Sport/Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation „Vetschauer Kulturtage“</li> <li>- Bewahrung sorbisch/wendischer Traditionen</li> <li>- „Hochzeitstadt Vetschau“</li> <li>- Gutes Angebot &amp; Freundlichkeit in Gastronomie</li> <li>- „Die Gewerbetreibenden stellen sich im ganzen Jahr auf Touristen ein“</li> <li>- Erlebnistourismus „Waterworld“ und Naherholung</li> <li>- Etablierung Campingplatz</li> </ul>
Menschen, Miteinander, Identität, Verwaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leitsatz „Schöner unsere Städte und Gemeinden“ – Frühlingsputz</li> <li>- Erfolgreiches Stadtmarketing</li> </ul>

**Tabelle 10: Ziele im Leitbild der Stadt Vetschau 2001. Eigene Darstellung**

**Bewertung:** Das Leitbild der Stadt ist zwölf Jahre alt und bedarf aufgrund von erfolgter und auch gegenteiliger Entwicklung einer Überarbeitung. Dass die Ziele eine gewisse Ungenauigkeit aufweisen und ein Idealbild darstellen, ist für ein Leitbild normal. Viele bereits etablierte Dinge sind nicht kommuniziert worden (z.B. Fahrradfreundlichkeit) – hier liegt das Defizit bei Betrachtung mit zeitlichem Abstand im konsequenten Vermarkten der Vorteile. Dinge, die noch nicht umgesetzt worden wie Wochenmarkt, Tourismusinformation, Erlebnistourismus, dauerhafter Frühlingsputz und die (gewinnbringende) Verbindung zwischen Einzelhandel und Tourismus (viele Radfahrer z.B. fahren nur passiv durch die Stadt) sind unbedingte Anstöße auch für die Tourismuskonzeption 2013.

## b) Integriertes Stadtentwicklungskonzept und Einzelhandelskonzept

### Einwohnerentwicklung:

Die Einwohnerzahl hat sich von 1991 bis 2011 um 22 Prozent verringert, der Verlust hat sich in den letzten Jahren deutlich verlangsamt. Ende 2011 lebten 8.739 Menschen in Vetschau, davon 5.636 in der Kernstadt (64 Prozent). Diese Konstellation ist für die Region typisch. Auch zukünftig wird die Stadt weiter Einwohner verlieren. Bis 2030 wird die Stadt noch einmal 1.824 Einwohner weniger zählen (minus 21 Prozent).

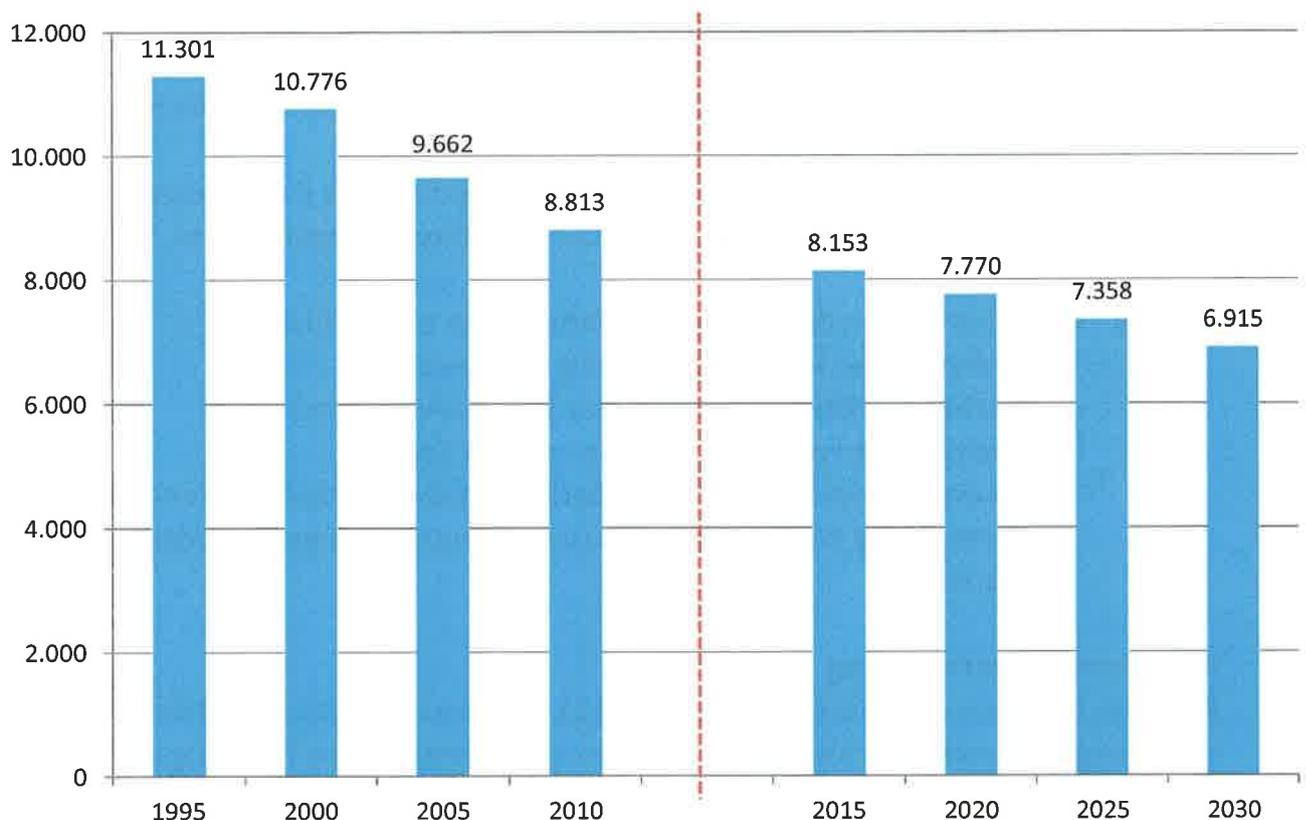


Tabelle 11: Einwohnerentwicklung 1991-2011. Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Vetschau/Spreewald und Bevölkerungsprognose bis 2030. Quelle: Landesamt für Bauen und Verkehr.

**Gefahr: Dies könnte Probleme in der Fachkräfteversorgung für Touristische Betriebe bedeuten oder auch, dass allgemein weniger touristische Betriebe am Markt sind.**

### Ziele der Stadtentwicklung

Aufgrund des Einwohnerverlustes wird im INSEK (Fortschreibung 2009) die Strategie verfolgt, die Innenstadt unter Beibehaltung der Attraktivität der umgebenden Ortsteile zu stärken, um das Zentrum zu erhalten. Dazu wurden in der Neustadt zahlreiche Rückbaumaßnahmen durchgeführt.

Den Schwerpunkt der Sanierungsmaßnahmen bildete das Sanierungsgebiet Altstadt. Nahezu der gesamte Häuserbestand ist inzwischen saniert, die öffentlichen Plätze und Grünanlagen gestaltet. Städtebauliche Missstände, die eine touristische Vermarktung stören könnte, sind hauptsächlich:

- Kirchstraße 11/12
- Schlossstraße 6
- Stadthaus III mit Orangerie im Schlosspark

Als Leitbilder und Ziele der Stadtentwicklung wurden im Konzept formuliert:

- Vetschau/Spreewald – Wirtschaftsfreundliche und liebenswerte Kleinstadt im Spreewald / Sicherung der Grundversorgung im Zentrum
- Vetschau/Spreewald – Anziehungspunkt für Touristen und Individualisten / Stabilisierung und Ausbau der touristischen Höhepunkte Spreewald und IBA
- Räumliches Leitbild: Stärkung des Altstadtbereichs (Sanierungsgebiet) und der konsolidierten, innenstadtrelevanten Wohnstandorte

Für den Tourismus werden daher folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Gemeinsames Marketing mit Burg (Spreewald)
- Ausbau touristische Infrastruktur (u.a. Radwegenetz)
- Realisierung Freizeitgebiet Gräbendorfer See
- Sowie kleinere Projekte (Machbarkeitsstudie Bahnhof und Ferienhaus, Entwicklung Weißstorchenzentrum, „Frequenzbringer“ am Markt, Sommerkino).

### **Einzelhandelsentwicklung**

Auch das Einzelhandelskonzept (Entwurf 2012), dass von der Stadtverordnetenversammlung noch nicht beschlossen ist, geht von einer strategischen Stärkung der Innenstadt aus. Eine Einzelhandelsentwicklung soll sich verstärkt im Altstadtkern konzentrieren. Als Leitbilder wurden herausgearbeitet:

*Äußere Betrachtung:* Vetschau/Spreewald soll eine Grundversorgungsfunktion für dem Stadtgebiet und angrenzenden ländlichen Raum zwischen Lübbenau und Cottbus und zwischen südlichem Spreewald und nördlichem Seenland einnehmen. Dazu gehören neben einem erweiterten Angebot an nahversorgungsrelevanten Einzelhandel auch bedarfsgerechte Angebote mit sonstigen Sortimenten und Dienstleistungsangebote. Dies erstreckt sich auf die Bevölkerung sowie auf den sich entwickelnden Tourismus der Region.

*Innere Betrachtung:* Für Vetschau/Spreewald konzentriert sich die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt. Eine gute Mischung aus spezialisierten Einzelhandel und einer qualitätsvollen Grundversorgung mit einem vollen Sortiment der Nahversorgung soll hier in Verbindung mit Dienstleistungen und Gastgewerbe zu einer guten Aufenthaltsqualität im Zentrum und einem guten Wohn- und

Versorgungswert in den Stadtquartieren sorgen, in dem auch ein nicht motorisierter Einkaufsgang möglich ist. In der Neustadt soll aufgrund der erhöhten Einwohner-Konzentration für die zwei Wohnkomplexe jeweils eine Versorgung mit einem Grundsortiment der Nahversorgung möglich sein. Außerhalb dieser Bereiche sollten mit Augenmaß größere Geschäfte nur mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel und in städtebaulichen Lagen, die mit dem Zentrum gut verbunden sind, möglich sein. Dieser Einzelhandel soll durch das Sortiment Vetschau/Spreewald aus anderen Städten hervorheben und kann mit dem erweiterten Sortiment dafür sorgen, dass Wege in andere Städte unnötig sind und Gäste in die Stadt kommen.

**Bewertung:** Viele Punkte sind logische Fortsetzungen aus dem Leitbild. Obwohl Tourismus nicht die Hauptrichtung der Konzepte ist, wird deutlich, dass die städtebauliche und funktionale Entwicklungshauptrichtung auf dem Stadtzentrum liegt. Die Stärkung ist im Sinne des Tourismus – es soll eine kleine, dichte Stadt mit freundlichem Stadtbild entstehen, die aber auch durch Einzelhandel, Dienstleistungen und Festivitäten „leben“ soll. Diese Ziele sind bis jetzt baulich zum größten Teil eingetreten. Die fehlende funktionale Verankerung im Einzelhandel – mit „hochgeklappten Bürgersteigen“, ohne Restauration und Kaufangeboten (Souvenirs, regionale Produkte vor allem) ist die größte Gefahr in der Präsentation der Stadt. Das Arbeiten daran sollte von touristischer Seite weiter unbedingtes Ziel der Stadtentwicklung bleiben.

### c) Tourismuskonzept 1997

Im Dezember 2007 wurde ein „Integriertes regionales Entwicklungskonzept Tourismus“ für das Amt Vetschau durch die REG erstellt. Es hat touristische Potenziale erkundet und Handlungsprioritäten definiert.

Als Formen des Tourismus wurden Erholungs- und Freizeittourismus, Bildungs- und Kulturtourismus, Gesundheits- und Kurtourismus, Sporttourismus und Aktivurlaub, Tagungs- und Geschäftstourismus sowie Landtourismus bestimmt.

Generell sei jede Form für Tourismus geeignet, jedoch sollte das Feld „Gesundheits- und Kurtourismus<sup>11</sup>“ entwickelt werden, obwohl die Struktur von Vetschau in der Analyse die besten Voraussetzungen für den Erholungs- und Freizeittourismus<sup>12</sup> spricht.

Vor allem sollte an die Entwicklung in Burg angeknüpft werden, jedoch ohne zu kopieren. Hauptpunkt sollten Ergänzungsnutzungen sein, die derzeit noch nicht angeboten werden („Wandern, Erholung, Kultur, Preiswerte Unterkünfte“). Ziel müsse also eine „Abrundung des touristischen Angebotes“ zwischen den starken touristischen Magneten Lübbenau und Burg sein. Gefordert wurde auch neben einer verbesserten Zusammen-

<sup>11</sup> Medizinische Kuren, Rehabilitation, präventive Gesunderhaltung

<sup>12</sup> Bewegung, Ruhe, Naturerlebnis, Freizeitbeschäftigungen

arbeit das Gesamtmarketing zu verbessern sowie bereits vorhandene Erlebnis- und Kulturbereiche besser auszuschildern.

Weitere analysierte Mängel:

- Nicht zielgruppenspezifische Angebote/Aufbereitung
- Fehlende Angebote, um die Aufenthaltsdauer zu erhöhen
- Souvenirs, Spreewaldtypische Erzeugnisse fehlen
- Fehlende Strategien für die Nebensaison (Oktober/November bis März/April)
- Mangelnde Vernetzung der einzelnen Anbieter

**Zielvision:** „Tor zum Spreewald“<sup>13</sup>

**Touristisches Leitbild:** Stark an das vom damaligen Burger Leitbild angelehnt, da die Region als Einheit fungieren sollte: Schutz der einmaligen Kulturlandschaft und Integration einer Erholungs- und Erlebnisfunktion für den Tourismus unter Ausschöpfung vorhandener Potenziale und deren nachhaltiger Sicherung. Erholung und Erlebnis sollen als Begriffe für die Region stehen.“

Für die Umsetzung des Leitbildes wurden Marketing, Ausbau der touristischen Infrastruktur (hier: Verkehr, Museen, Leitsystem), Verbesserung der (touristischen) Gewerbestruktur (hier: Angebote, Betten, Versorgung, Einkaufserlebnis), städtebauliche Entwicklung des Ortes Vetschau und der Dörfer des Amtes und Erhalt der spreewaldtypischen Landschaft gesehen. Das Investitionsvolumen wurde auf 54 Millionen DM<sup>14</sup> geschätzt.

Maßnahmen: Es wurden 56 Maßnahmen dargestellt, davon 20 kurzfristig (1-2 Jahre), 21 die kurzfristig beginnen und fort dauern sollten, 10 mittelfristige (3-7 Jahre) und 5 langfristige (bis 8 Jahre). Damit hätten alle Maßnahmen 2006 erledigt sein müssen.

Die Maßnahmen Slawenburg und Haus des Tourismus, Wegeleitsystem, Ortsbildsanierungen (auch touristischer Gebäude wie Schloss und Kirchen) sowie die Nutzung des Gräbendorfer Sees und Etablierung des Naturkahnfährhafens in Raddusch sind wichtige Bausteine, die fertiggestellt wurden.

Das Managementkonzept für Marketing, eine Konzeption für alte Bauernhöfe sind als weitergehende konzeptionelle Planungen und Steuerungselement nicht aufgegriffen worden.

Als Entwicklungsmaßnahmen sind der Aussichtspunkt auf der Dubrauer Höhe/Erschließung Bischdorfer See (bis heute nicht freigegeben), Kahnfahrt und Freiluftmuseum Naundorf und das Kunsthandwerkerdorf Stradow, Fischlehrpfad Stradow

<sup>13</sup> Anmerkung: „Tor“ als Empfangshalle nicht als sich öffnende und schließende Tür

<sup>14</sup> Entspricht heute (2013) in Euro und Anpassung an die Inflationsraten: 34 Millionen Euro

Teiche, Naturlehrpfad Reptener Teiche, Projekte, die nicht umgesetzt wurden aber heute noch Potenzial hätten.

**Bewertung:** Das Konzept hat eine eindeutige Ausrichtung auf den Spreewaltdourismus. Die Hauptrichtung ist auf Ergänzungsangebote für Burg und Lübbenau ausgerichtet, um Spreewaltdouristen ein erweitertes Angebot in Unterkunft und Aktivitäten zu bieten. Viele der damals vorgeschlagenen Maßnahmen sind umgesetzt worden. Es muss aber konstatiert werden, dass ein konsequentes Abarbeiten und ein Management und Kontrollprozess nach der Konzepterarbeitung nicht stattgefunden hat. Gleichwohl sind zahlreiche wertvolle Impulse zusammengetragen worden und haben die Umsetzung von Konzepten beschleunigt.

Viele Annahmen und Schlüsse sind aus heutiger Sicht veraltet, während einige Anregungen und Ideen in die neue Konzeption einfließen können.

#### d) Machbarkeitsstudie für eine touristische Entwicklungskonzeption

Im Jahr 2009 beauftragte die Stadt Vetschau/Spreewald die EWG Burg (Spreewald) mit der Aufgabe, Entwicklungspotenziale für eine touristische Weiterentwicklung der Stadt zu erarbeiten. Grund war die Frage, ob die Stadt das Potenzial zum staatlich anerkannten Erholungsort hat.

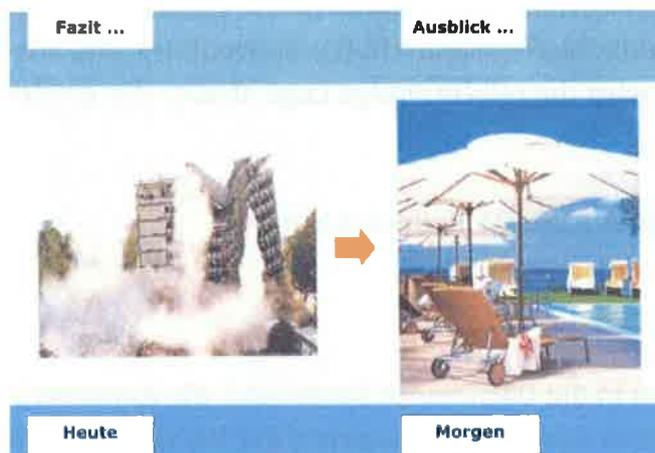


Abbildung 12: Ausblick auf touristische Entwicklung.  
Quelle: MBK f. TE 2009

Ganz allgemein wurde der Stadt attestiert: „Die Stadt hat ihren Potenzialen sowie den bereits vorhandenen Attraktionen solide Chancen mit vielfältigen Angeboten die Zukunft zu gestalten“. Das touristische Marktpotenzial ist noch vorhanden, vor allem im Segment **Erholungstourismus** (Spreewald, Seenland) – das Segment Städtetourismus sei für Vetschau eher peripher interessant.

Als Leitmotiv wird vorgeschlagen: „Von der Bergbau- zur Tourismus und Energieregion“, sowie „Tradition und Modern“, was sehr allgemein gehalten ist.

Es wird darauf hingewiesen, dass sich Erwartungen der Urlauber und das Wesen des Tourismus in den nächsten Jahren deutlich ändern werden. Qualität, Natürlichkeit, Innovation/Einzigartigkeit, Erlebnis und Ökologie/Regionalität werden viel wichtiger werden. Die Entwicklung sollte auch mit einer grundlegenden Qualitätssicherung verfolgt werden.

Wichtig sind dabei:

- Finden eines geeigneten Strategie- und Marketingansatzes
- Erarbeiten von konkreten Angeboten/Produkten
- Bekannt machen der Stadt allgemein

**Bewertung:** Die Studie zeigt ganz klar auf, dass Vetschau die Potenziale hat, sich im touristischen Umfeld zu entwickeln. Auf die Pferde ‚Spreewald‘ und ‚Seeland‘ sei zu setzen. Bei einer Entwicklung soll die Werteveränderung im Tourismus und die Klarheit in den angebotenen Produkten unbedingt mitbetrachtet werden. Die Stadt selbst ist auch noch zu unbekannt.

### e) Position im Spreewaldtourismus – Erholungsortentwicklungskonzeption für OT Raddusch

Der OT Raddusch als touristisch am weitesten entwickelte Teil der Stadt Vetschau hat 2010 – durch das Büro „natur atelier“ (Undine Ast) verfasst – ein umfangreichen Vorschlag zur Entwicklung des Ortsteils erarbeitet. Grundlage war eine Workshopreihe im Ort und die Anstrengungen zur Erreichung des Prädikates.

Für Raddusch sind hauptsächlich Gäste in der Saison (Mai bis Oktober) aus anderen Bundesländern zu begrüßen, die Auslastung ist mit 35 Prozent unterdurchschnittlich.<sup>15</sup> Alleinstellungsmerkmale sind: besondere Naturlandschaft (Naturhafen, Fließnetz); enge Anbindung an Kulturlandschaft (z.B. Braunkohlefolgelandschaft); Slawenburg und sorbisch/wendische Traditionen. Außerdem wird die relativ ruhige Lage abseits der größeren Touristenströme positiv bewertet.

Vorschläge für die Thematische Positionierung des OT Raddusch sind<sup>16</sup>:

- Agrartourismus/Landtourismus
- Ökotourismus („Natur pur“)

In der Strategie werden u.a. die Integration in die Dachmarke Spreewald, die Konzentration auf ein Profil, eine bessere Organisation des Tourismus sowie die Verzahnung mit anderen Angeboten der Region genannt.

### **Bewertung:**

Viele der Erkenntnisse sind für die Entwicklung des OT Raddusch weiterhin zu verfolgen, da viele Ideen aus dem Ort selbst kommen und daher auch verankert sind. Aber eine Ausweitung und Verknüpfung auf/mit andere(n) Gebiete(n) der Stadt Vetschau (Ergänzungsnutzungen) sind zu betrachten.

---

<sup>15</sup> POS, 2010 S. 20

<sup>16</sup> vgl. POS 2010, S. 23-25

## 2.5. Auswertung der Arbeit des Tourismusausschusses

### a) Allgemeine Arbeit

Der Tourismusausschuss hat sich aus der AG Tourismus gegründet. Seine erste Sitzung fand am 12.10.2009 statt, ein Vorgängergremium war die Arbeitsgruppe Tourismus. Mit Stand 12/2012 wurden 25 Sitzungen durchgeführt. Es wurden Vorlagen in Hinblick auf den Tourismus behandelt, umgebende touristische Verbände angehört und Projekte begleitet (Wegeleitsystem, Erholungsortentwicklung, Fachmessen, Heilige Quelle Lobo-schitza, Fahrradfaltblatt – Vetschauer Touren, Slawenburg u.v.m).

### b) Tourismusworkshop

Am 24. April 2010 hat ein Tourismusworkshop zum Thema „2020“ stattgefunden. Die Beteiligung von Bürgern und Mitgliedern des Tourismusausschusses war hoch. Die wichtigsten Ergebnisse wurden in einem Protokoll zusammengefasst<sup>17</sup>.

#### Wichtige Anregungen waren:

- Kahn- und Fahrradtourismus entwickeln
- Gastlichkeit/Gastronomie/Esskultur
- Kernstadt Vetschau: „klein, fein und langweilig“ strukturell verbessern: Verkehrsführung; Stadteingänge, Wochenmarkt (oder Bauern-Viehmarkt/Erlebnis!)
- Vetschau = Spreewald (Kooperation mit Lübbenau und Burg) aber auch Brücke zum Seenland
- Intaktes ländliches Umfeld ( auch Güter herausstellen)
- Bekanntheit Vetschauer Glanzpunkte noch nicht ausreichend (Schloss, Markt, Richard Hellmann)
- Sorben/Wenden-Thema als Alleinstellungsmerkmal
- Bürgermuseum (mit Leihgegenständen)
- Kontinuierliche Arbeit in touristischen Gremien/Einordnung

#### **Bewertung:**

Die Arbeit und das erarbeitete Wissen stellt eine gute Grundlage für die Diskussion des Konzeptes dar. Die aufgezählten Anregungen können als Maßnahmen aufgenommen werden.

---

<sup>17</sup> Es liegt eine umfangreiche Dokumentation beim SG Stadtplanung vor, die gern zur Verfügung gestellt wird.

### 3. Übersicht über regionale touristische Konzepte und Nachbargemeinden

#### 3.1. Übergeordnete touristische Organisation und Konzepte

- Landestourismusverband – Dachverband der 11 Regionalverbände der Reisegebiete
- Lobbyarbeit für die Tourismuswirtschaft
- Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH -> Marketing
- Teilweise Aufgabenüberschneidungen mit den Reisegebieten

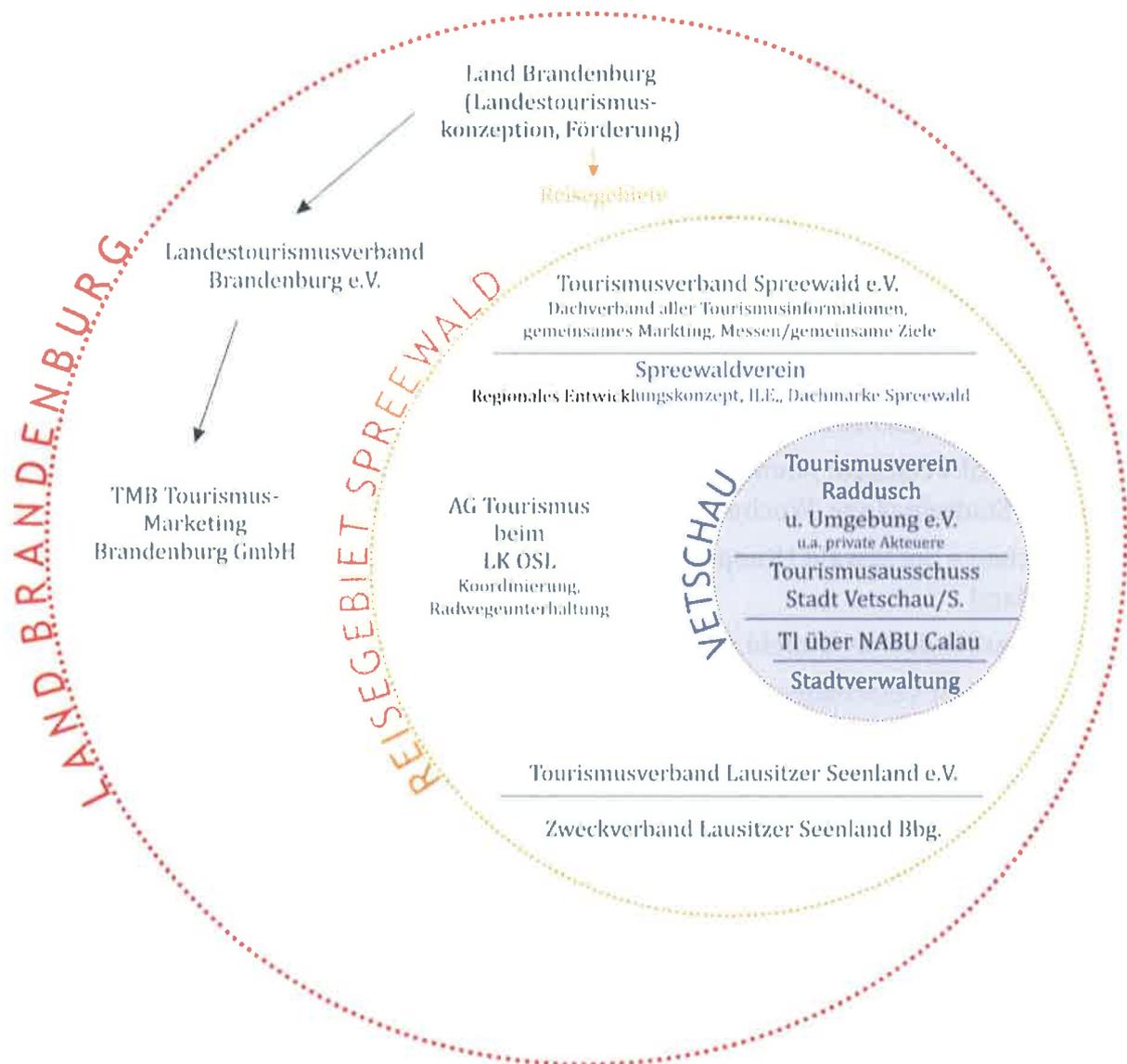


Abbildung 13: Touristische Strukturen in Vetschau, Spreewald und Brandenburg. Eigene Darstellung.

### a) Landestourismuskonzeption (LTK) des Landes Brandenburg 2011-2015

Die LTK 2011 ersetzt die LTK 2001 (Fortschreibung 2006). Sie bietet eine andere Herangehensweise und eine zielorientierte Betrachtungsweise der Marktposition in Brandenburg. Für Brandenburg ist der Tourismus ein wichtiger Beschäftigungs-<sup>18</sup>- und Wirtschaftszweig, vor allem für Tagesreisen<sup>19</sup>. Dabei verfügt der Spreewald über die hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte, die Lausitz deutlich weniger, jedoch wesentlich besser als andere Regionen.<sup>20</sup>

Veränderungen in Nachfrage und Wettbewerb am Tourismusmarkt bestehen aus:

- Demographie (ältere Gäste, Familienstruktur, Nachfragerückgang aus den NBL)
- Reiseverhalten (kürzer, öfter, flexibler, qualitätsbewusster)
- Psychologisch (Individualisierung, authentische/singeladene Ergebnisse usw.)
- Professionalisierung (Angebot, Vermarktung, Organisation)

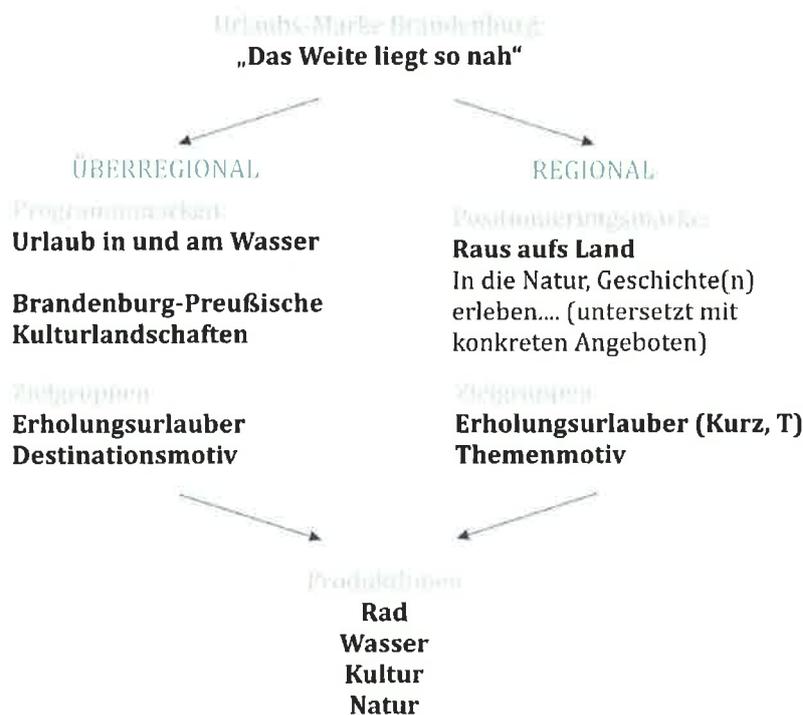


Diagramm 1: Übersicht über Marken und Produktlinien der Landestourismuskonzeption 2011. Eigene Darstellung.

Die Marke Brandenburg soll vor allem in Hinblick als Gewässer-Landschaft<sup>21</sup> positioniert werden. Dazu gehört nicht nur die wassertouristische Vermarktung sondern die gesamte Ausrichtung des Marketings des Tourismus darauf (Radfahren oder Tagen am Wasser etc.). Dazu soll der Programmpunkt Brandenburg-Preußische Kultur<sup>22</sup> gestellt werden.

**Bewertung:**  
Die Landestourismuskonzeption hat wenig direkten Einfluss auf Projekte vor Ort. Jedoch kann

<sup>18</sup> Vollzeitäquivalent 115.100 Menschen in Brandenburg. Quelle: LTK 2011, S. 27

<sup>19</sup> 79 Prozent der Aufenthaltstage, 59% des Bruttoumsatzes vom Gesamtbruttoumsatz im Tourismus 2009 (= 4,3 Mrd. Euro). Quelle: LTK 2011, S. 24. Quellgebiet ist vor allem Berlin.

<sup>20</sup> LAK 2011, S. 44

<sup>21</sup> Beitrag Vetschau: z.B. Spreewald, Teichlandschaft (Teiche Stradow, Kossa- und Wiesenteich, Fließe/Luckaitz, Kahnsdorfer See, Reptener Teiche...), Gräbendorfer See, Wasserschloss

<sup>22</sup> Beitrag Vetschau: z.B. Sorbische Kultur, Kultur und Unternehmer (Hellmann, Griebenow, Textilverarbeitung/Hanf, Spreewald-Landwirtschaft – Maschinen, Anlagen) Stadtgeschichte

auch Vetschau von einer abgestimmten Vorgehensweise profitieren. Besucher, die mit den Vorstellungen des landesweiten Marketings in den Spreewald, das Seenland und damit nach Vetschau kommen, würden hier entsprechend empfangen. Die Vorstellungen der TMB sind mit dem Angebot und dem Potenzial in Vetschau sehr gut vereinbar. Die Produktlinien Rad, Wasser, Kultur und Natur passen hervorragend. Eine vorsichtige, grundhafte Ausrichtung ist zu empfehlen. Die Stadt sollte sich hier über den Tourismusverband Spreewald ein- und Vorstellungen zum Thema anbringen.

### b) Marketingkonzeption Lausitzer Seenland

Der Gräbendorfer See (Grabicański jazor) ist der nördlichste See, der zur touristischen Region „Lausitzer Seeland“ (Łużycka jazorina) gezählt wird<sup>23</sup>. Allerdings liegt er, wie der südlich gelegene Altdöberner See (Flutungsende 2020<sup>24</sup>), etwas außerhalb und mit größerem, nicht durch Wasserwege verbundenen Abstand zu den anderen Seen.

Ziel des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland (die Stadt Vetschau ist nicht Mitglied) ist es, das Seenland als Destination (siehe Anmerkung 27 auf Seite 40) zu etablieren und bekannt zu machen. Alleinstellungsmerkmal (Kurzfassung) ist: Europas größte künstliche Gewässerlandschaft. Ein zentraler Punkt, die Vernetzung von Gewässern und Uferwegen ist am Gräbendorfer See aber problematisch. Außerdem ist Vetschau/Spreewald nicht Teil des Regionalen Entwicklungs- und Handlungskonzeptes der ILE-Region Seenland sowie kein Mitglied in koordinierenden Gremien.

Auch die Betrachtung der einzelnen Potenziale ergibt eine Positionierung:

Themen unter der Marke: Aktive Erholung auf und im Wasser	Beispiele im Marketingkonzept 2009	Potenziale am Gräbendorfer See (eigene Einschätzung)
<b>Gewässerbezogene Aktivität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wasserwandern (Verbund)</li> <li>- Wassersport</li> <li>- Baden/Schwimmen</li> <li>- Tauchen</li> <li>- Wassersportveranstaltungen</li> </ul>	<p><b>Nicht möglich</b>  <b>Nur unmotorisiert</b>                      Gute Wasser- und Strandqualität                      Erforderliche Infrastr. Vorhanden                      Möglich</p>
<b>Landbezogene Aktivität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radfahren, Skaten, Walken/Laufen</li> <li>- Reiten</li> <li>- Golfen</li> <li>- Sportevents</li> <li>- Schwimmende Architektur</li> <li>- Gesundheit/Wellness</li> </ul>	<p>Möglich                      Möglich  <b>Keine Anlage</b>                      Möglich                      Ein Haus vorhanden  <b>Keine Anlage</b></p>

<sup>23</sup> Insgesamt 23 Seen, der größte ist der Sedlitzer See mit 1409 ha, es folgen Bärwalder und Senftenberger See mit je 1300 ha. Der Gräbendorfer See ist mit 457 ha einer der kleineren Seen (Rang 12). Der Bischdorfer See ist **nicht** offizieller Teil des Seenlandes.

<sup>24</sup> Quelle: LMBV, Stand Juni 2012

<b>Landschaft im Wandel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- IBA-Projekte</li> <li>- Neue Landschaften</li> <li>- Landschaftskunst</li> </ul>	Schwimmendes Haus, Slawenburg Teil der Seenlandschaft <b>Keine Anlage</b>
<b>Naturerlebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Weite Landschaft, Flora/Fauna</li> <li>- Naturschutzgroßprojekte</li> </ul>	Teil der Seenlandschaft <b>Keines, aber Vogelschutzinsel</b>
<b>Regionale Kultur – Sorben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zweisprachigkeit</li> <li>- Regionale Kultureirichtungen/-veranstaltungen</li> </ul>	Vetschau im Kerngebiet, ausbauf. Slawenburg, Heimatstube Rad-dusch
<b>Bergbau/ Industriekultur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kohle/Energie</li> <li>- Erneuerbare Energien</li> <li>- Industriemonumente</li> </ul>	Ehem. Kohlekraftwerk Vetschau, Grubenwasserreinigungsanl. Wh. Windrad Laasow/Solarpark <b>Keine Anlage</b>
<b>Motorsport</b>		<b>Keine Zulassung auf Gr. See</b>

**Tabelle 12: Themenfelder im Marketing des Lausitzer Seenlandes und Potenzialableitung für Gräbendorfer See. Eigene Darstellung.**

Zielgruppen des Tourismus sind vor allem aktivitätsbezogene Urlauber (Segler, Schwimmen, Skater, Golf, Sporttouristen) sowie Fachbesucher/interessiertes Publikum des Landschaftswandels. Damit sind diese Zielgruppen die ideale Ergänzung für den Wellness- und ruhigen Wassertourismus im Spreewald. Die Nachfrage wird deutschlandweit sowie aus den benachbarten Ländern Polen und Tschechien gesehen.

Gefordert ist der unmittelbare Ausbau von Übernachtungskapazitäten, da diese noch weit unter dem Potenzial liegen, vor allem in Verbindung mit Ferien- und Freizeiteinrichtungen überregionaler Ausstrahlungskraft. Der Prozess zur eigenständigen Destination fordert aber neben der Erhöhung der Übernachtungszahlen (vor allem auch in der Nebensaison) hohe Anstrengungen in Marketing/Profilbildung und in Stärkung der Identität in der Region. Ob dies überhaupt gelingt, oder ob das Seenland als Produktmarke innerhalb einer größer angelegten Reiseregion wird, ist noch ungeklärt.<sup>25</sup>

Kurzfristig soll der Fokus auf Radwandern/Skaten gelegt werden, bevor die Bau- und Flutungsarbeiten an den meisten Seen abgeschlossen sind und Aktiv- und Sportangebote entwickelt sind.

### **Bewertung:**

Die jetzige Beteiligung der Stadt Vetschau am Seenland als Tourismusbereich ist sehr schwach. Zwar ist der Gräbendorfer See Teil der touristischen Konzeption, jedoch werden die Position am äußeren Rand und der Ausschluss aus den umliegenden politischen und koordinierenden Gebietsorganisationen immer problematisch bleiben. Wenn die Stadt sich nicht aktiv einbringt, sind große Aktivitäten seitens des „Kernseenlandes“ nicht zu erwarten. Gleichwohl sind die vollständige Nutzbarkeit unter guter Wasserqualität und das bereits gesicherte Baurecht, die Lage und Uferqualität hervorragende Eigenschaften, die auch für das Seenland attraktiv sind. Auch für die Besucher des Spreewaldes könnten die Bade- und Wassersportmöglichkeiten interessant sein.

<sup>25</sup> Quelle: Marketingkonzept Lausitzer Seenland, Stand 2009.

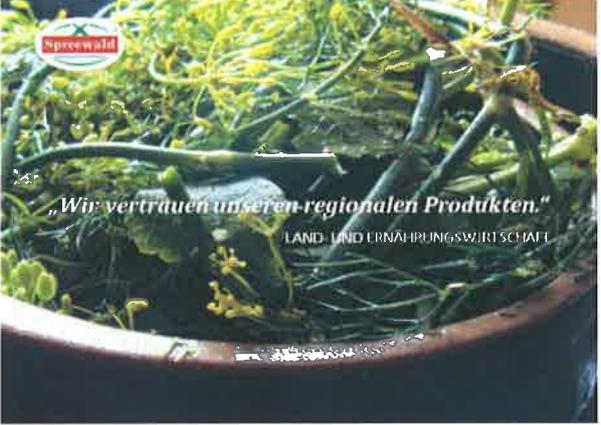
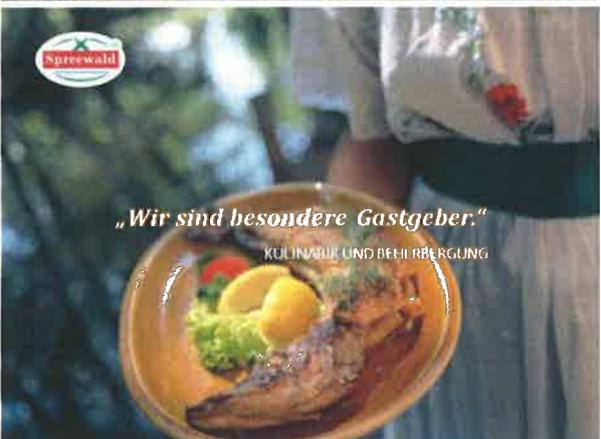
### c) Leitbild Spreewald (Entwurf) 2011

Der Tourismusverband Spreewald, in dem die Stadt Vetschau/Spreewald Mitglied ist, hat einen Leitbildprozess für die Region angestoßen. Ziel ist es, das touristische Potenzial des Spreewaldes (Błota) zu erhalten, zu stärken und auszubauen. Es soll Orientierung für zukünftige Entwicklungen dienen, hat aber wie bei Leitbildern üblich, keinen bindenden Charakter. Eine der Grundlagen ist die „Spreewälder Erklärung“ 2009<sup>26</sup>. Es ist kein touristisches Leitbild, sondern ein darüber hinaus gehender Rahmen.

Es sind 7 Leitbildfelder mit korrespondierenden Aufgaben ausgewählt worden:

 <p>„Wir bewahren unsere Natur.“ NATUR UND LANDSCHAFT</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Natur erhalten</li> <li>- Biotopschutzprogramme</li> <li>- Erhalt und Nutzung traditionellen Wissens</li> <li>- Verträgliche Landnutzung</li> </ul>
 <p>„Wir sind stolz Spreewälder zu sein.“ KULTUR UND TRADITION</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Förderung der deutsch/wendischen Zweisprachigkeit</li> <li>- Bekenntnis zur regionalen Identität (sorbisch/wendischen und preußische Besiedlungsgeschichte)</li> <li>- Moderne Interpretation v. Traditionen</li> <li>- Regionale Identifikation leben und sichtbar machen</li> </ul>

<sup>26</sup> Vorgestellt am 28. Mai 2009 bei der 6. Spreewaldkonferenz vom Landtagsabgeordneten Werner-Siegwart Schippel. Sie definiert strategische Ziele in der Entwicklung der Spreewaldregion. Download unter: [http://www.werner-siegwart-schippel.de/images/stories/spreewalder\\_erklärung\\_2009\\_end.pdf](http://www.werner-siegwart-schippel.de/images/stories/spreewalder_erklärung_2009_end.pdf)

 <p><b>Spreewald</b></p> <p>„Unsere Orte schaffen Charakter.“</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kompakte Siedlungsentwicklung</li> <li>- Stärkung der Innenstädte</li> <li>- Erhalt typischer Architektur (-elemente) – Bohlenhaus und Ziegel</li> <li>- Spreewaldtypische Grüngestaltung</li> <li>- Harmonische Integration von Neubauten</li> </ul>
 <p><b>Spreewald</b></p> <p>„Wir vertrauen unseren regionalen Produkten.“</p> <p>LAND- UND ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemüseanbau in Tradition unter Dachmarke „Spreewald“</li> <li>- Wirtschaftskreisläufe stärken</li> <li>- Qualitätsbewusstsein schaffen</li> <li>- Vernetzung und Innovation</li> </ul>
 <p><b>Spreewald</b></p> <p>„Unsere Natur erleben und sich wohlfühlen.“</p> <p>TOURISMUS, KULTUR UND FREIZEIT</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rad- und Wanderwege erhalten (Pflegemanagement), Ausbau Bett&amp;Bike, Qualitätsverbesserung, Themenangebote</li> <li>- Wassertourismus: Masterplan naturverträglicher WT verfolgen (s. dort)</li> <li>- Wellness/Gesundheit: ganzjährige Angebote schaffen, starke Vermarktung, Präventionsangebote, mentale Gesundheit als Thema</li> </ul>
 <p><b>Spreewald</b></p> <p>„Wir sind besondere Gastgeber.“</p> <p>KULINARIE UND BEHILFBERGUNG</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionale Produkte einsetzen, biologisch und genfrei, nachhaltig</li> <li>- Spezifische Angebote (Vegetarisch...)</li> <li>- Wertschöpfungspartnerschaften</li> <li>- Kleinteilige Unterbringung</li> <li>- Klassifizierungen anstreben</li> <li>- Service- und Fachpersonal begeistern und schulen</li> </ul>



- Umweltverträgliche Mobilität
- Örtliche Verkehrsbelastung vermeiden (Verkehrslenkung)
- ÖPNV stärken (z.B. Rundkurs, Pläne abstimmen, behindertengerecht)
- Nicht motorisierte Form (Rad, Wasser) gut verknüpfen und stärken

Tabelle 13: Leitbilder für den Spreewald (Entwurf)

Das Leitbild im touristischen Bereich geht auf jeden Fall in Richtung Gesundheitsregion (z. B. Diskussion um die Marke im Destinationsmanagement<sup>27</sup> – „Bio.Vital.Region“ im Jahr 2010 oder „Natürlich und Erlebnisreich“). Bioprodukte, natürliche Ressourcen der Spreewaldregion, Wellness, Bewegung sind Schlagworte und sollen zum Gütesiegel entwickelt werden. Gleichzeitig wird empfohlen, die Speewaldregion als Destination weiter zu fassen und die „Kernregion“ mit ergänzenden Nutzungen zu verknüpfen.

Schwerpunkt im Spreewaldtourismus sind vor allem Natur- und Aktivtourismus, Kulturtourismus und Tagestourismus.

Der Tourismusverband Spreewald ist für das Marketing des Reisegebietes zuständig. Er arbeitet in den Netzwerken „Aktiv in der Natur“ (Schwerpunkte: Rad-, Wasser- und Wandertourismus – Qualitätssteigerung, Regionaltouren), „Tagung/Mice, Gesundheit/Wellness und im Thema „Naturtourismus“ mit.

Zielrichtung ist die Qualitätsverbesserung bei Touristeninformationen, Beherbergungsbetrieben und Gastronomie („Brandenburger Gastlichkeit“) sowie barrierefreier Tourismus.

### **Bewertung:**

Obwohl die Stadt Vetschau/SPREEWALD nur zum kleinen Teil direkt im „klassischen“ Spreewald liegt, sollte das Bekenntnis zu dessen Werten auch in der Tourismuskonzeption zum Ausdruck kommen. Eine gemeinsame Entwicklung im Spreewaldbereich und Übertragung der besonderen Werte und Ziele auf andere Teile des Stadtgebietes sind die Grundlage für einen Tourismus, der sich von anderen Regionen abhebt und die vielen Alleinstellungsmerkmale für die Zukunft sichert. Dies hat neben der touristischen Stärkung auch positive Auswirkung auf Wirtschaft und Stadtentwicklung.

<sup>27</sup> Mit Destination bezeichnet man im Tourismus einen (eindeutig charakterisierbaren) geografischen Raum oder Ort, den der Gast als ein Reiseziel begreift. Die Destination stellt sich als eine gemeinsame Einheit eines touristischen Segments dar, sowohl auf Seiten des Anbieters, wie auch der Nachfrage. Der Spreewald ist eine der wenigen Reisegebiete Brandenburgs, die Destinationspotenzial haben. Üblicher Wert: ab 1 Million gewerblicher Übernachtungen und ca. 5 Millionen Tagesbesuchern.

## d) Sorbischer Kulturtourismus



Abbildung 14: Gebiet des sorbischen Kulturtourismus. Quelle: [www.tourismus-sorben.de](http://www.tourismus-sorben.de)

Der Sorbischer Kulturtourismus („Sorben in der Niederlausitz“) über den Verein Sorbischer Kulturtourismus e.V. bietet zu diesem Thema Veranstaltungen an und organisiert Marketing und Übernachtungen. Es ist damit ein Querschnittsthema in den einzelnen Reisegebieten. Vetschau/Spreewald liegt im Kerngebiet und hat vor allem seine historischen Wurzeln (wendisch-deutsche Doppelkirche/Kirchgang/ Mašica Serbska-Fest etc.) ein reiches Potenzial, Touristen für dieses Thema zu begeistern und anzuwerben.

Allerdings ist die Präsenz im Alltag heute fast verschwunden. Die im Gesetz geforderte Zweisprachigkeit in Beschilderung (z.B. Straßen) ist unzureichend. Zu hören ist die Sprache auch nicht, sorbische Trachten sind außer im Museum nicht zu sehen. Durch den Verein „Tyca“, einer aktiven Domowina-Ortsgruppe, einer

Sorbenbeauftragten, der lebendigen Traditionen der Bräuche in Raddusch und Märkischheide sowie dem guten Angebot der Witaj-Kindergärten/-schulen sind jedoch genügend Ansprechpartner für eine (Wieder-) Verankerung gegeben.

### Bewertung:

Für den touristischen Bereich ist das Potenzial einer eigenständigen (nieder-) sorbischen/wendischen Thematik in Vetschau/ Wětošow enorm groß. Es muss aber bei Bevölkerung, Touristikern und in der Stadtpolitik bewusst werden, dass dieses Alleinstellungsmerkmal Raum und Unterstützung braucht sich zu entwickeln und nicht nur bunte Fassade bleiben kann, die bei Festen „angeknipst“ wird.

## e) Masterplan Wassertourismus

Im Jahr 2012 wurde, hauptsächlich getragen von dem Spreewaldverein e.V. (Lübben), ein Konzept erarbeitet, dass die touristische Wegeführung für wasserseitigen Tourismus vom Spremberger Stausee über Cottbus bis zum Schwielochsee betrachtet.

Seit einigen Jahren ist im Spreewald der Kanutourismus zu einem dynamischen Wachstumsmarkt geworden. Die Mietbootkapazitäten haben sich in den letzten zehn Jahren in etwa verdoppelt. Die Stadt Vetschau/Spreewald profitiert mit dem Kahnfährrafen Radusch von dieser Entwicklung. Dies hat nicht nur gestiegene Tourismuszahlen zur Folge, sondern der damit verbundene weitere Anstieg der Kanuverkehre auf den Fließsen hat sich auch das Konfliktpotenzial verschärft (z.B. Behinderung Kahnfährrafentourismus, Naturschutz, Imageschaden durch Massentourismus).

Vor diesem Hintergrund hat sich die Region (Spreewaldverein als Projektträger in Abstimmung mit Biosphärenreservat, Landkreisen, Gemeinden, Tourismusverband und Tourismusvereinen) gemeinsam dazu entschlossen, einen Masterplan naturverträglicher Wassertourismus zu erstellen. Der Masterplan ist keine Planungsstudie im rechtlichen und ingenieurstechnischen Sinne, sondern eine konzeptionelle Grundlage für die künftige wassertouristische Ausrichtung der Region. Hauptziel des Masterplans ist es, unter Beachtung der unterschiedlichen Nutzerinteressen Strategien und Lösungsmodelle für eine nachhaltige wassertouristische Nutzung der Gewässer zu erarbeiten und dabei die einzigartige Spreewaldnatur in einem guten Erhaltungszustand zu bewahren. Hauptaufgabe des Masterplans ist es zu definieren, wie naturverträglicher Wassertourismus im Spreewald und auf der Spree konkret aussehen soll und welche Instrumente eingesetzt werden müssen, um eine höhere Naturverträglichkeit zu erreichen.

Unter anderem werden ein Zentrales Leitsystem (Routen verschiedener Qualitäten und Ausweisung von Haupttrouten) und die Ausweisung von zentralen Einstiegsstellen sowie Rast-/Biwakplätzen nach aktuellen Qualitätskriterien vorgeschlagen. Ein zentraler Punkt innerhalb des Systems ist der Kahnfährrhafen in Raddusch.

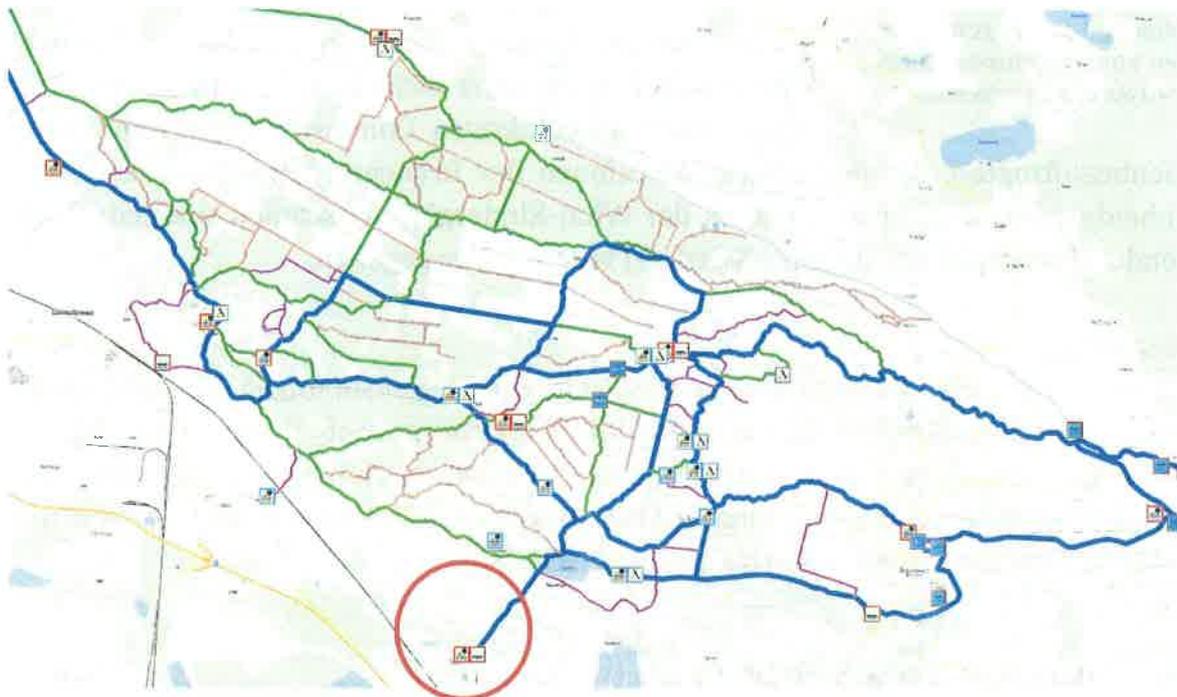


Abbildung 15: Haupt, Neben und Ergänzungsrouten, die im Kanutourismus geplant sind. Raddusch im Süden ist eine der wenigen Haupteinstiegstellen

### **Bewertung**

Für die Stadt Vetschau/Spreewald zeigt sich hier im Besonderen die Chance, sich mit diesem zentralen Leitsystem als ein gemeinschaftliches Projekt mit Anrainergemeinden und darüber hinaus zu vernetzen. Ob als Einzelmaßnahme oder als Maßnahmen in der Region können hier Impulse für eine gemeinsame Außenwirkung gesetzt werden. Die Stadtverwaltung wird sich um die Einwerbung öffentlicher Förderungen zur Maßnahmenumsetzung bemühen. An eine gemeinsame Vermarktung (Internetseite) des Kanuwasserreviers Spreewald ist angedacht.

### 3.2. Konzepte angrenzender Gemeinden und touristischen Nahzielen

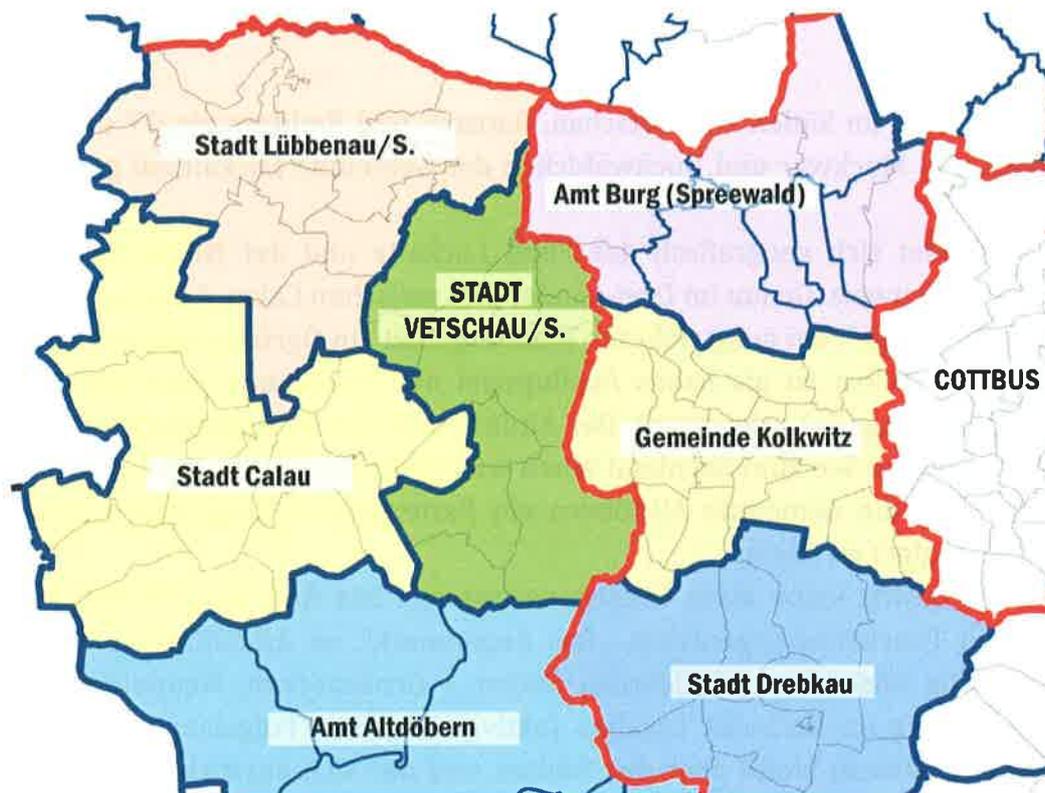


Abbildung 16: Vetschau und umliegende Gemeinden (mit Ortsteilen und Kreisgrenzen). Eigene Darstellung

#### a) Kolkwitz/Gołkojce

Mit Kolkwitz teilt Vetschau/Spreewald seine gesamte östliche Grenze. Es handelt sich um die Ortsteile Krieschow/Kíšiow (mit Wiesendorf/Naseńce und Brodtkowitz/Brodkojce an Wüstenhain), Eichow/Dubje (an Lobendorf und Vetschau) und Babow/Bobow (an Märkischheide). Alle drei sind durch weite, mit kleinen Dörfern und größeren Wäldern durchsetzte Landschaften geprägt. In Krieschow existiert eine interessante Helmkirche, die bereits in einem Vetschauer Radweg integriert ist. Einen großen Teil der Grenze wird durch das Greifenhainer Fließ/Kzschischoka<sup>28</sup> gebildet, das vom Gräbendorfer See bis nach Burg fließt. Weiter hat Kolkwitz als Touristische Attraktionen die Koselmühle (Ausflugsgaststätte), den Museumsbunker und die Kirchen in Papitz und Kolkwitz. Trotz geografischer Nähe zum Spreewald ist für Kolkwitz keine Tourismusentwicklung geplant. Es gibt keine Tourismusorganisation in Verwaltung und Wirtschaft. Weder im Tourismusverband Spreewald noch im Verband Seenland ist Kolkwitz vertreten. Eine inhaltliche Groborientierung ist „Bindeglied zwischen Spreewald und Seenland“, obwohl diese Funktion in keiner Weise umgesetzt ist.

Bei einer Entwicklung von Vetschau sollten die umgebenden Dörfer und Attraktionen bekannt sein, vor allem bei einer Positionierung in Richtung Spreewald-Seenland. Au-

<sup>28</sup> Sorbisch/Wendisch: Kíšioka (analog zum sorbischen Namen für Krieschow). Die Bezeichnung Greifenhainer Fließ, eine Umbenennung zur Zeit des 3. Reiches, ist auch geografisch falsch. Mehr dazu in: Helmut Ziehe: Kzschischoka, Kíšioka oder Greifenhainer Fließ - das braune Fließ ohne Quelle (Stog 2012).

ßerdem ist Kolkwitz ein wichtiger Trittstein in Richtung der Stadt Cottbus, die als „Großstadt“ vielfältige Freizeitnutzung offeriert.

**Kooperationsthemen: Fahrradtourismus.**

### b) Altdöbern

Das Amt Altdöbern liegt im Süden von Vetschau. Ranzow und Reddern als OT der Gemeinde Altdöbern und Muckwar und Buchwäldchen der Gemeinde Luckaitztal grenzen direkt an.

Mit Vetschau verbindet sich geografisch das Fließ Luckaitz und der Niederlausitzer Landrücken/Calauer Schweiz. Genau im Drei-Länder-Eck zwischen Calau, Altdöbern und Calau liegen die „Freiberge“, ein ausgedehntes Wandergebiet (in Ogrosen mit dem „Roten Berg“). Altdöbern selbst ist als nahes Ausflugsziel mit Kirche und Barockschloss (plus Park und Café-Orangerie) interessant. Der Altdöberner See ist strategisch wichtig, weil es vom Gräbendorfer See zum Seenland einen wichtigen Trittstein bildet. Am Gräbendorfer See möchte die Gemeinde Altdöbern ein Feriengebiet (Zielgruppen: Campen/Wohnmobile, Angler) errichten.

Das Amt Altdöbern besitzt keine klare Tourismusstrategie. Das Amt ist personell und finanziell wenig im Tourismus organisiert. „Das Augenmerk“, so Amtsdirektor Detlef Höhl, „geht zukünftig aber eher in Richtung Süden – Großräschen, Neupetershain, Welzow und Spremberg im Verbund Tagebau (aktiver Tagebau, Folgelandschaft, Gut Geisendorf). Hauptattraktion bleibt aber das Schloss und der sich entwickelnde ‚Park-sommer‘.“

**Kooperationsthemen: Wandern, Seenland/Bergbaufolgelandschaft/Gräbendorfer See**

### c) Calau

Die Stadt Calau grenzt mit ihren Ortsteilen Reuden, Bolschwitz, Saßleben, Kolkwitz im Westen an die Stadt Vetschau. Den größten Teil nimmt im Südwesten der Bereich der Calauer Schweiz ein. In Bolschwitz liegen die Koßwiger Torfstiche und etwas abgelegen, die Bolschwitzer Torfstiche. Beides knüpft thematisch gut an die Teichtour an.

Die grundsätzliche Positionierung ist „Calau AM Spreewald“. Puzzlesteine sind Anwander/Chile, Spreewald, Calauer Schweiz und der Witzerundweg. Außerdem gibt es in Calau die bekannte Ausstellung „Mobile Welt des Ostens“. 2013 soll auch hier ein touristisches Leitbild erarbeitet werden. Calau liegt nicht im anerkannten Siedlungsgebiet der Sorben/Wenden und fühlt sich diesem Thema auch nicht nah (obwohl es einen sorbisch/wendischen Namen trägt: Kalawa).

Die touristische Organisation ist ähnlich wie in Vetschau/Spreewald gelöst. Eine Mitarbeiterstelle ist für Marketing und Sachbearbeitung zuständig, die Touristeninformation wird extern betrieben. In Calau übernimmt dies der Wohnungsgesellschaft WBC, die dafür einen festen Zuschuss von 9.000 Euro erhält.

**Kooperationsthemen: (Rad-) Wandern, Naturerlebnis**

#### **d) Burg (Spreewald)/Bórkowy (Błota)**

Das Amt Burg (Spreewald) grenzt mit der Kommune Burg im Nordosten an Vetschau. Dazu gehören Müschen/Myšyn (an Suschow, Fleißdorf, Naundorf), Burg-Kolonie/ Kupaarske Bórkowy und Burg-Kauper/Prizarske Bórkowy (an Naundorf und Raddusch).

Mit Burg ist der Nordteil von Vetschau eng verwoben. Die Hauptzufahrt zu Autobahn und Bahnhof liegt in Vetschau<sup>29</sup>. Auch per Kahn sind zahlreiche Verbindungen möglich (zahlreiche Ein- und Ausstiegsstellen). Zwischen Raddusch bzw. Naundorf oder Suschow und Burg erkennt der Gast keinen Unterschied – die Landschaft und die einzelnen Gehöfte gehen nahtlos ineinander über. Damit sind Ferienwohnungen und Hotels unter anderem in diesem Bereich auch als erweitertes Burger Gebiet zu begreifen, obwohl Raddusch ein durchaus eigenständiges Profil erarbeitet hat und in der Mittlerposition auch zu Lübbenau steht.

In Burg sind zahllose touristische Freizeitaktivitäten möglich, obwohl explizite Besichtigungspunkte und städtische Qualitäten fehlen (die Landschaft mit touristischer Infrastruktur ist die Sensation). Das überaus große Potenzial (vor allem Spreewaldtherme) wirkt auch außerhalb der Saison – und ist auch für Gäste in Raddusch und Naundorf unmittelbar erreichbar und nutzbar.

Mit Burg sind Absprachen im Bereich Ausbau von Kahnrouten und Radwege (z.B. nach Müschen) notwendig. Neben dem Spreewald verbindet auch Thematik Sorben/Wenden mit Vetschau. Die Stadt kann mit ihren Attraktionen: Marktplatz/Stadt, Doppelkirche, Bahnhof/Welcome-Agentur und Gräbendorfer See/Baden das Angebot erweitern, muss jedoch etablierte Burger Veranstaltungen (Handwerkermarkt, Erntefest.....) akzeptieren und als Vorteil sehen.

Das Amt Burg ist organisiert in der Verwaltung (Touristeninformation, Marketing, Strategie) im Sachgebiet Tourismus).

**Mögliche Kooperationsthemen: Sorben/Wenden; Radtourismus, Wassertourismus, Freizeitangebote/Kultur, Organisation** Weitere Themen müssen zeitnah ausgelotet werden. Es besteht ein großes Interesse zusammenzuarbeiten.

#### **e) Lübbenau/Spreewald – Lubnjow/Błota**

Im Nordwesten grenzt die Stadt Lübbenau an die Vetschauer Gemeindegrenze. Dabei handelt es sich um die Ortsteile Leipe/Lipje, Groß-Lübbenau/Lubń (an Raddusch) und Bischdorf/Wótsowc (an Raddusch und Koßwig).

Wie Burg ist auch Lübbenau mit Raddusch eng verwoben. Speziell ist die Raddusch-Buschmühle-Dubkowmühle und Leipe ein landschaftliches Kontinuum aus Spreewald-Fließen und Radwegen.

Im Leipe ist das Spreewald-Freilicht-Museum ein touristischer Anziehungspunkt, genauso wie das Spreewald-Museum in der Kernstadt Lübbenau. Auch der besonders schützenswerte Kernspreewald liegt in Lübbenau, während Burg durch die Streusiedlung dominiert wird. Damit sind die „Herzstücke“ des (Süd)-Oberspreewaldes in unmittelba-

---

<sup>29</sup> Was bereits seit den 20-er Jahren zu einem regen Verkehrsaufkommen führt (früher auch per Kutsche), heute per Rad und Auto.

rer Nähe. Lübbenau bietet durch das Hallenbad Delphin, die „Spreewelten“ und dem Einkaufszentrum Kolosseum aber auch andere, attraktive Freizeitangebote.

Wie Cottbus bezeichnet man Lübbenau/Spreewald oft auch als „Tor zum Spreewald“. Deshalb hat diese Aussage für Vetschau praktisch keinen Unterscheidungswert mehr. Die Thematik Sorben/Wenden verbindet auch die beiden Städte, obwohl in Lübbenau zwar mit Trachten touristisch mehr geworben wird, die sprachliche Situation sich aber noch schlechter darstellt.

Neben dem Spreewald ist auch der Bischdorfer See ein wichtiges Kooperationsfeld. In Lübbenau ist der Tourismus in einem starken Verein organisiert. Er unterhält die Tourismusinformation und das Marketing der Stadt.

**Mögliche Kooperationsthemen:** Sorben/Wenden; Radtourismus, Wassertourismus, Bischdorfer See, Freizeitangebote, Spreewaldmuseum, Organisation. Weitere Themen müssen zeitnah ausgelotet werden. Es besteht ein großes Interesse, zusammenzuarbeiten.

#### **f) Cottbus/Chósebuz**

Die Stadt Cottbus ist 20 km entfernt. Durch diese geringe Entfernung könnte in Vetschau mit wichtigen Freizeiteinrichtungen geworben werden.

Dies sind:

- Staatstheater, TheaterNative C, Piccolo-Jugendtheater
- Kunstmuseum Dieselkraftwerk, Planetarium
- Branitzer Park
- Einkaufsgelegenheiten in der Stadt/Kneipenkultur (so weit in Vetschau nicht vorhanden!)

#### **g) Weitere**

- Mit der Anrainer-Kommune Drebkau/Drjowk ist die Zusammenarbeit am Gräbendorfer See zu nennen.
- Möglicherweise bietet sich an, die bestehende Bewerbung mit der Partnerstadt Bedburg auszuweiten.
- Abstimmungen mit dem Landkreis Oberspreewald-Lausitz (Wokrejs Górne Błota-Łużyca) sind wichtig, es wird eine AG Tourismus ab 2013 geben.

## 4. Touristisches Profil

---

### 4.1. Alleinstellungsmerkmale<sup>30</sup>

I. Diese „gemeinsamen“ ASM sind „Grundausrüstung“ der Region – strahlen über sie hinaus - und Vetschau partizipiert davon

Gemeinsames Alleinstellungsmerkmal	Radius/Konnotation (außerhalb NICHT! zu finden)	Differenz. möglich
- Sorbisch/Wendische Kultur	Lausitz	(x)
- Kahnfährrhafen (-möglichkeiten)	Spreewald	x
- Naturlandschaft Spreewald	Spreewald	-
- Gräbendorfer See/ Lausitzer Seenland	Lausitz	x
- Gut Ausgebautes Radwegenetz	Lausitz	-

II. Alleinstellungsmerkmale, die nur Vetschau betreffen, außerhalb dieser Konstellation überregional NICHT anzutreffen sind und über die Region hinaus wirken.

Überreg. Alleinstellungsmerkmal	Kategorie
- Wendisch/Deutsche Doppelkirche	Gebäude
- Slawenburg Raddusch	Gebäude
- Wappenhistorie	Geschichte
- Richard Hellmann	Geschichte

III. Merkmale, die nur innerhalb der Region Spreewald ASM sind

Regionales Alleinstellungsmerkmal	Kategorie
- Schlossensemble/Wasserburg	Gebäude
- Teichlandschaft Stradow	Freizeit

---

<sup>30</sup> Das Alleinstellungsmerkmal (ASM, (engl. unique selling proposition, USP) ist ein **herausragendes** Leistungsmerkmal mit dem sich ein Angebot **deutlich** vom Wettbewerb **abhebt**. In der Bewerbung muss **klar** transportiert werden, warum der Tourist ausgerechnet dieses beworbene Produkt annehmen soll. Wesentlich ist dabei, dass das **Produkt auch halten muss**, was das Marketing verspricht. Die Werbung für das Produkt ist durch das Alleinstellungsmerkmal sehr **wirkungsvoll**, da sich die Werbebotschaft auf **wenige und einfache Punkte** beschränken lässt.

## 4.2. Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken

Sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Sie bilden das Grundgerüst für Strategien des Konzeptes, das mit den Alleinstellungsmerkmalen und dem Leitbild die Kernaussagen treffen. Diese müssen dann mit geeigneten Maßnahmen und Projekten untersetzt werden.

**Zur Strategiebildung sind als Gedankenstütze diese Fragen hilfreich:**

Wie können mit welchen Stärken Chancen realisiert werden?

Wie können welche Chancen verfolgt werden, die gut zu den Stärken des Vorhabens passen?

Welche Chancen können wie genutzt werden, um Schwächen zu eliminieren/ beseitigen?

Wie können welche Schwächen eliminiert werden, um Möglichkeiten / Chancen zu nutzen?

Wie können welche Stärken genutzt werden,

- ... um Gefahren abzuwehren
- ... um zu verhindern, dass Risiken eintreten

Wie können welche Schwächen minimiert / beseitigt werden, ...

- ... um Gefahren abwehren zu können
- ... um Risiken zu minimieren

Wie können welche Verteidigungsstrategien entwickelt werden, um vorhandene Schwächen nicht zum Ziel von Bedrohungen werden zu lassen?