

see TOP 4, öffentl. Teil,

STADT VETSCHAU/SPREEWALD
MĚSTO WĚTOŠOW/BŁOTA



TOURISMUSKONZEPT VETSCHAU 2020



Touristisches Leitbild:

Anerkanntes Tourismusziel im
Spreewald und Seenland

Einführung

Der Tourismusausschuss der Stadt Vetschau/Spreewald hat sich Anfang 2012 entschieden, ein touristisches Leitbild für die Stadt aufzustellen. Hervorgegangen war der Wunsch aus der Betrachtung vieler touristischer Projekte und Ideen, die zu einer Grundidee zusammengefasst werden sollten. Damit soll eine Ausrichtung künftiger Aktivitäten durch die Stadt aber auch durch die vielen touristischen Anbieter ermöglicht werden. Ziel ist die Erarbeitung einer Eigenständigkeit in der touristischen Ausrichtung, die sich in bestehende Strukturen und Regionen einfügt.

Das Tourismuskonzept besteht aus den drei Teilen:



Das Leitbild ist das Herzstück: es nimmt die Grundlagen der Analyse, die Potenziale und Schwächen auf und entwirft eine Vision und mit ihr grundlegende Festlegungen, welche Bereiche beitragen, sie zu erreichen. Außerdem werden ein räumliches Leitbild und Themen festgelegt, die man entwickeln will.

In einer 3. Phase wird dann die konkrete Umsetzung geplant.

Ein Leitbild wirkt zunächst in die Stadt hinein, damit sie Orientierung zum Ziel bietet und Entscheidungen beeinflusst. Es wirkt aber auch auf den künftigen Gast. Im Wettbewerb der Urlaubsziele hängt die Entscheidung des Gastes zu einem großen Teil vom jeweiligen Leitbild des Ortes ab. Ein Leitbild muss den Urlauber direkt ansprechen und seinen individuellen Interessen für Erholung, Freizeit und Kultur entsprechen.

Für Vetschau besteht das Ziel

„Anerkanntes Tourismusziel im Spreewald und Seenland“

zu werden. Dazu werden 4 Leitbildfelder vorgeschlagen:





1. Tradition und neue Chancen: Tourismus in Vetschau

- **Die Stadt bekennt sich dazu, sich bewusst als „touristischen Ort“ zu entwickeln.** Dazu gehören eine aktive Standortentwicklung, eigenständiges Marketing und die Schaffung von Möglichkeiten, in denen Stadtpolitik, wirtschaftliche Dienstleister und engagierte Bürger zusammenarbeiten und gemeinsam Ziele und Maßnahmen beraten. Tourismus wird in Konzepten und Maßnahmen der Stadtentwicklung sowie in den politischen Beratungen der Stadtverordnetenversammlung und der Arbeit der Stadtverwaltung einen Schwerpunkt bilden.
- **Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftszweig für die Stadt.** Er schafft Arbeitsplätze, aktiviert Wirtschaftskreisläufe sowie brachliegendes bauliches und gedankliches Potenzial. Er schafft Begegnungen und Bewegung und erhöht letztendlich die Lebensqualität der Bürger der Stadt, indem Freizeiteinrichtungen, Feste, Lokale, Infrastruktur u.v.m. auch von ihnen genutzt werden können.
- **Vetschau definiert sich als eigenständige touristische Einheit zwischen den touristischen Reisegebieten Spreewald und Lausitzer Seenland.** Mit dem Spreewald verbindet die Stadt eine lange Tradition seit Anfang des letzten Jahrhunderts. Vielfältige Feste, Aktivitäten und Angebote für Tagestouristen haben zahlreiche Gäste nach Vetschau gelockt. Als gastfreundliches „Tor zum Spreewald“ war die Stadt vor 80 Jahren Drehscheibe und An- und Abreisepunkt für den östlichen Oberspreewald. An die Tradition des Ankunftsortes für den Spreewald gilt es anzuknüpfen, wenn auch die Verhältnisse sich zugunsten anderer Orte und Möglichkeiten geändert haben. Doch haben sich für die Stadt auch neue Möglichkeiten ergeben. Im Süden ist mit dem Gräbendorfer See der Zugang zum touristischen Gebiet des Lausitzer Seenlandes geöffnet worden. Das bietet für Vetschau die Möglichkeit, von der dynamischen Entwicklung dieser neuen Kulturlandschaft zu profitieren.
- **Vetschau bringt sich aktiv in der Arbeit der übergeordneten Reisegebiete ein.** Wir erarbeiten eine Grundlage, um deren weitere Entwicklung mitzugestalten und die Interessen der Stadt einzubringen. Dabei achtet die Stadt stets darauf, sein eigenständiges Profil in einem gemeinsamen Verbund mit gemeinsamen Zielen zu definieren. Mit Nachbarkommunen werden aktive Kooperationen angestrebt.
- **Vetschau findet einen eigenen Weg.** Durch die Traditionen im Tourismus hat Vetschau bereits eine solide Basis. Jedoch sind Transformationen in eine neue Qualität nicht von heute auf morgen zu bewältigen. Die Mentalität der Bewohner der Stadt ist jahrzehntelang durch andere Wirtschaftszweige geprägt. Viele Angebote von Dienstleistungen sind noch nicht auf den touristischen Gast eingestimmt. Die Entwicklung im touristischen Bereich wird den Wandel behutsam gestalten und soll als Weg verstanden werden, die eigene Kultur zu entdecken und diese authentisch zu bewahren und touristisch nutzbar zu machen.
- **Die Gesamtstadt Vetschau unterstützt das Vorhaben, den OT Raddusch zum „staatlich anerkannten Erholungsort“ zu entwickeln.**

2. Vision Tourismusstadt Vetschau/Spreewald



Daran wollen wir arbeiten:

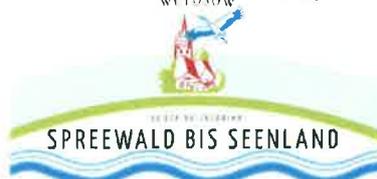
- 2020 hat sich Vetschau/Spreewald als Tourismusort etabliert, sein Profil „zwischen Spreewald und Seeland“ ist bei Bürgern der Stadt und in den Köpfen von Touristen so geschärft, dass Angebot und Nachfrage, Marke und Realität im harmonischen Einklang stehen.
- Spreewaldtouristen nutzen Vetschau als Teil des klassischen Spreewaldes – besonders wegen der Naturnähe und Ruhe – und nehmen Angebote in der Stadt, dem Sommerbad und dem Gräbendorfer See („Baden am Spreewald“) wahr.
- Touristen des Seenlandes nutzen die Angebote des Gräbendorfer Sees im entwickelten Ferienhausgebiet, der Tauchschule und den Badestränden und werden von dort den Spreewald und die Kernstadt Vetschau erkunden.
- Die Stadt hat konsequent kleine und große Orte geschaffen, die für Touristen interessant sind, und sie im Stadtgebiet halten und einen positiven Bezug zur Stadt schaffen.
- Die Partner des Tourismus haben sich zusammengefunden und arbeiten gemeinsam: Stadtpolitik, Verwaltung, touristische Anbieter, Vereine und Bürger haben das gemeinsame Ziel, ihre Stadt touristisch immer besser erlebbar zu machen. Die Kooperationen mit anderen Kommunen und Verbänden sowie die Professionalität haben sich erheblich verbessert.

Diese Werte werden für Vetschau stehen:

- **Ruhig:** Abseits des Massentourismus, Balance und Ausgleich
 - **Naturnah:** Vielfalt und Training für die Beobachtungsgabe
 - **Informativ:** nicht belanglos, mit Erkenntnisgewinn
 - **Kulturverbunden:** Tradition und Moderne, 2-sprachig
 - **Abwechslungsreich:** Zwischen Spreewald, Seenland, Kleinstadt und weiter Landschaft
- **Marke.** Das Hauptmotiv des Leitbildes lässt sich in einem Marken-Schaubild ausdrücken. Dabei wird die alte Marke der Stadt abgelöst. Motive können übernommen werden, um einen Wiedererkennungseffekt zu erhöhen. Es sind mehrere Abstraktionsstufen möglich, in der rudimentärsten kommt noch klar zum Ausdruck: Wasser verbindet, eine Brücke wird geschlagen, das Grün symbolisiert die Landschaft, das Blau, das Wasser was trägt und was zum Baden einlädt. In der Vollvariante wird weiter die zentrale Stadt mit Ihren Hauptmotiven Doppelkirche und Storchenzentrum thematisiert.



VETSCHAU
WITDÖW



3. Verbindungen schaffen - Touristisches Profil

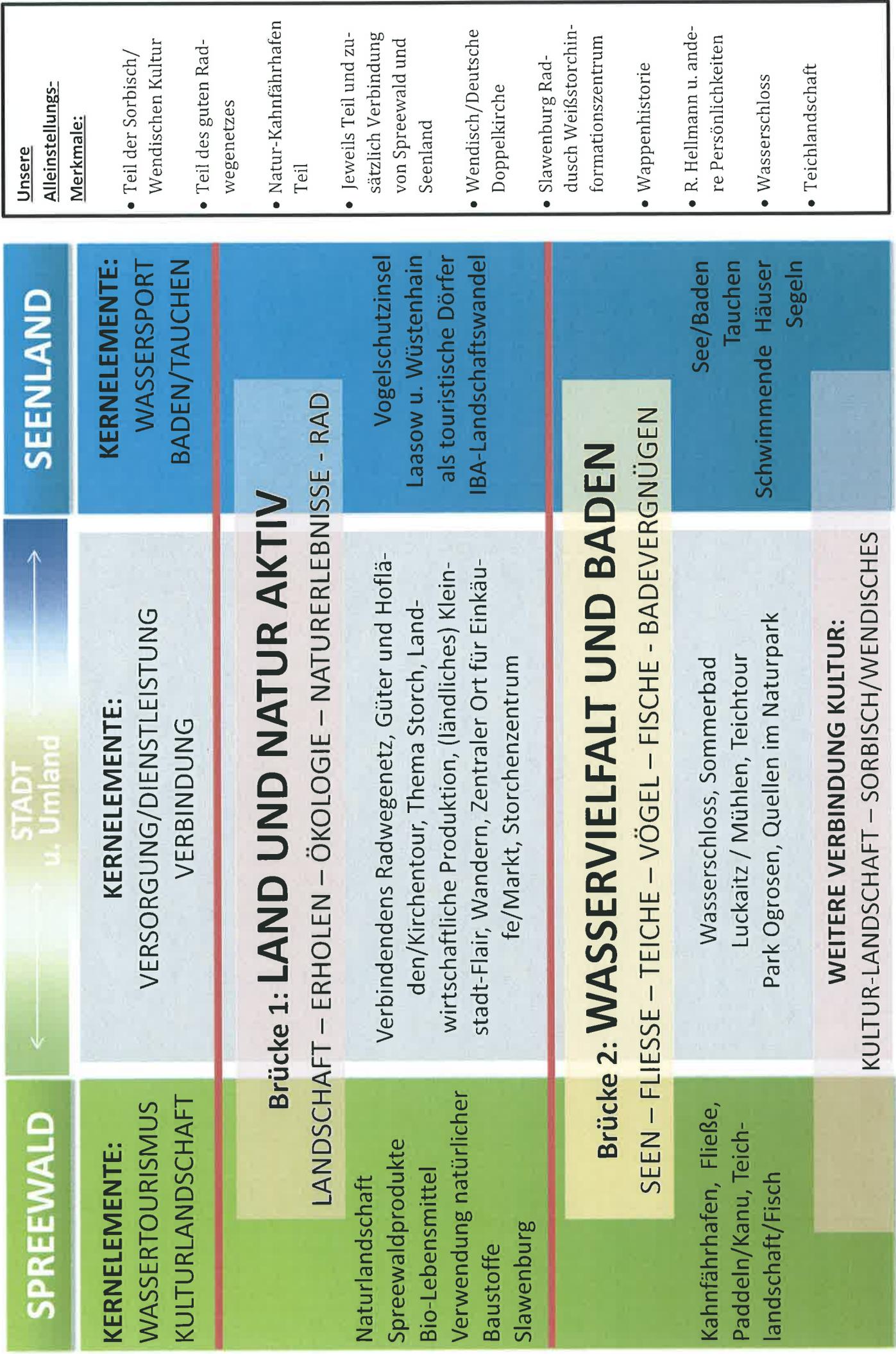


☉ Die touristische Orientierung im Stadtgebiet gliedert sich in drei Teile. Zwei davon sind anteilig an größeren Reiseregionen, ein verbindender Teil ist eine Versorgungsregion. Die Teile sind abgrenzbar und haben ein Image für den einzelnen Gast. **Neben Einzelstrategien sollen sie immer gemeinsam vermittelt werden.**

- **Spreewald** (OT Raddusch, Stradow, Suschow, Naundorf, Göritz)
Ziel ist es hier, sich am Leitbild des Spreewaldes zu orientieren und in enger Kooperation mit Lübbenau und Burg sowie dem Tourismusverband Spreewald eine zusammenhängende Ferienregion zu entwickeln. Im Fokus stehen dabei der behutsame Wassertourismus sowie der Erhalt von Landschaftsstruktur und Kultur. Der Anteil der Stadt Vetschau soll sich in Richtung Themenfeld Natur/Ruhe und Ökologie positionieren.
- **Seenland-Bereich** (OT Laasow)
Ziel ist es hier, sich am Leitbild des Lausitzer Seenlandes zu orientieren und in Kooperation mit Altdöbern und Drebkau sowie dem Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. einen nördlichen Startpunkt zu den anderen Seen zu entwickeln. Schwerpunkt ist die Etablierung einer Bade- und Wassersportregion. Der Anteil der Stadt Vetschau, der Gräbendorfer See und sein Umfeld, positioniert sich in Richtung ruhiger Bade- und Segelsporttourismus sowie Landtourismus.
- **Mittelbereich** (Vetschau, OT Koßwig, Repten, Missen, Ogrosen)
Das restliche Gemeindegebiet ist nicht „Niemandland“, kann sich aber auch nicht mit den Kernbereichen der beiden touristischen Zugpferde messen, da ihnen die engeren Kernelemente fehlen. Dieses Gebiet ist daher als Zubringer und als Ergänzungsangebot zu positionieren. Das gilt auch für die Kernstadt Vetschau selbst, die trotz ihres Namens nicht im engeren Spreewald liegt. Deshalb wird insbesondere die Kernstadt sich als Ankunfts-, Orientierungspunkt (vor allem als „Marke“ im überregionalen Marketing) und als Standort von Versorgung und Dienstleistung für den Tourismus im gesamten Stadtgebiet positionieren.

Wichtig ist der Mittelbereich auch als Verbindungsstück zwischen Spreewald und Seenland im infrastrukturellen und ideellen Bereich. Als Zwischenstück nimmt der Bereich auch die Spezialisierungsthemen des Seenlandes und des Spreewaldes auf und thematisiert die Verbindung: **Ruhe/Natur/Land** sowie **Wasser (Baden)**.

☉ Wir entwickeln unsere Alleinstellungsmerkmale vorrangig. Außerdem wird auf die besondere Kultur in Vetschau Acht gegeben: Sorbisch-Wendische Traditionen, Landschaftswandel/Energieförderung, Geschichte der Niederlausitz, Tradition in der Agrar- u. Industrieproduktion und die etablierten Museen sind uns wichtig.



Strategische Grundelemente für die touristische Thematik in Vetschau/Spreewald

4. Gastfreundlicher Empfang: Aktiv und organisiert



- **Unsere Gäste:** Gäste für Vetschau kommen traditionell aus dem Berliner Raum und aus dem südlichen Ostdeutschland. Diese sollen auch weiterhin gezielt angesprochen werden, jedoch sollen auch Gäste aus Westdeutschland und den östlichen Anrainerstaaten beworben werden. Ziel ist es, zielgruppengenau Gäste anzusprechen, die dem Profil (weit gefasst: Erholungsurlauber, Natur- und Ökologiebewußte, Wasseraffine) entsprechen und deren Erwartungen dann bei Ankunft entsprochen werden kann!
- **Freundlich leiten und informieren, auch 2-sprachig:** Vetschau/Spreewald empfängt seine Gäste zunächst durch ein professionelles touristisches Wegeleitsystem, dessen Inhalt aktuellen Entwicklungen angepasst wird. Weiterhin sind Anlaufstellen für Information suchende eingerichtet. Dazu gehören eine mit großzügigen Öffnungszeiten ausgestattete Tourismusinformation in der Kernstadt sowie eine im Ortsteil Raddusch. Die Stadteingänge an der Landesstraße, der Autobahnabfahrt und am Bahnhof sind künftig freundlich und sauber gestaltet. Im Stadtbild und zunehmend auch in Gastbetrieben sind wohldosiert Bezeichnungen auch in sorbisch/wendisch angebracht. Kooperationen mit sorbisch/wendischen Organisationen versuchen, das Erbe lebendig zu erhalten.
- **Zertifiziert Beherbergen:** Es herrscht künftig eine bunte Vielfalt von touristischen Unterkünften und gastronomischen Einrichtungen, die insbesondere auf die Bedürfnisse von Familien ausgerichtet sind. Da die Trends im Tourismus in Richtung Qualitäts- und Zertifizierungserwartungen gehen, soll für eine maßhaltige Zertifizierung öffentlicher Einrichtungen und touristischen Betrieben geworben werden.
- **Vielfältig werben.** Mit Kooperationen von Werbepartnern sollen künftig auch regionale Messen besucht werden. Die Stadt Vetschau übernimmt das Basismarketing und erarbeitet mit anderen einen Rahmen für weitere Produkte.
- **Gemeinsam Organisieren:** Das touristische Marketing (Produkte formen, Bewerben, Ausführen) wird in einer offenen Stadtmarketing-Runde gesteuert, die aus Verwaltung, Stadtverordneten (Tourismusausschuss), touristischen Leistungsträgern, Verbänden, Vereinen (insbesondere Tourismus und Gewerbevereinen) sowie interessierten Bürgern besteht. Dabei ist eine verstärkte Beteiligung der Privatwirtschaft absolut erforderlich. Nur gemeinsam werden Entwicklungen möglich. Eine gleichgewichtige und konstruktive Verteilung von Aufgaben zwischen Verwaltung, Tourismusinformationen, Politik und Privatwirtschaft wird angestrebt. Die Stadtverwaltung soll als ein Schlüsselakteur Beteiligte zusammenführen und unterstützen.

Umsetzung

☉ Das räumliche und thematische Profil wird mit gezielten Strategien und Maßnahmen umgesetzt werden. Das sind beispielweise:

Räumlich

Spreewald

Stadt und Umland

Seenland

Thematisch

Organisation und Öffentlichkeitsarbeit

Angebotsverknüpfungen im Wasser/Natur

Integration in städtische Konzepte

☉ Die Umsetzung steuert die Stadtmarketing-Runde unter Beteiligung der Öffentlichkeit. Außerdem soll das Leitbild aller 3 Jahre auf seine Anwendung, Inhalte und Ausrichtung untersucht werden.