



Gutachten „Tourismus-Organisation in der Region des Biosphärenreservates Schaalsee

Zusammenfassung

Vor allem aufgrund ihrer einzigartigen Natur im Bereich der ehemaligen deutsch-deutschen Grenze, dem UNESCO-Prädikat eines Biosphärenreservates und ihrem interessanten Einzugsgebiet besitzt die Schaalsee-Region *Potenzial* zur angestrebten Entwicklung des Tourismus zu einer tragenden wirtschaftlichen Säule. Die Nutzung dieses Potenzials wird derzeit durch gravierende Defizite im Bereich der touristischen Infrastruktur und des Marketings behindert.

Um Natur und Landschaft als zentrales touristisches Kapital der Region nicht zu gefährden, sollte ein *qualitatives Wachstum* des Tourismus verfolgt werden, das seinen Schwerpunkt nicht auf die bloße Ausweitung von Besucherzahlen, sondern auf die Steigerung der regionalen Wertschöpfung pro Besucher legt. Insbesondere der Stärkung des Übernachtungstourismus und der Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe durch eine intensivere Zusammenarbeit von Tourismus und Landwirtschaft kommen daher große Bedeutung zu.

Vor dem Hintergrund zentraler touristischer Trends und des vorhandenen Potenzials sollte das *aktive Erleben der Natur* im Mittelpunkt des zukünftigen Angebotes stehen. Besondere Chancen bietet hier die Entwicklung konkurrenzfähiger radtouristischer Angebote. Weitere Angebote können dieses Kernprodukt ergänzen. Durch differenzierte Lenkungsmaßnahmen und gute Information ist sicherzustellen, dass die Natur von den Besuchern intensiv erlebt werden kann, ohne sensible Bereiche zu beeinträchtigen.

Die skizzierten Ziele lassen sich nur mit Hilfe eines *professionellen Marketings* erreichen, das die touristischen Leistungsträger der Region bündelt, die Entwicklung von attraktiven Produkten voran treibt, zielgruppengenau über die Angebote informiert und dem Gast zeitgemäße Reservierungsmöglichkeiten bietet. Ein solches Marketing verlangt professionelle Strukturen.

Empfohlen wird die Gründung einer *Gesellschaft mit beschränkter Haftung* (GmbH), die zukünftig in enger Abstimmung mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin und der Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH

für die touristische Vermarktung der Region des Biosphärenreservates Schaalsee zuständig ist.

Mehrheitsgesellschafter der GmbH sollte der *Förderverein Biosphäre Schaalsee* sein. Aufgrund seiner satzungsgemäßen Aufgaben, der gemischten Mitgliederstruktur, der bisher durchgeführten Projekte und der vorhandenen Akzeptanz in der Region bietet er gute Voraussetzungen für die Einbindung der Tourismusentwicklung in die nachhaltige Entwicklung der Region insgesamt gemäß den Aufgaben des Biosphärenreservates. Als weitere Gesellschafter sollten sowohl Kommunen als auch touristische Leistungsträger gewonnen werden.

Die touristische Information der Besucher der Region sollte über ein *System selbstständiger Informationsstellen* sichergestellt werden, deren Rechte und Pflichten in einem Kooperationsvertrag mit der Marketing GmbH zu vereinbaren sind. Als Standorte dieser Informationsstellen werden das Pahlhuus in Zarrentin, das Grenzhuus in Schlagsdorf, der Uhlhof in Thandorf und die Kloster-Information in Rehna vorgeschlagen. Die Marketing GmbH sollte ihren Sitz ebenfalls in Zarrentin haben, vorzugsweise im oder am Pahlhuus.

Touristische Marketing-Organisationen – dies zeigen auch die Beispiele aus den Naturparks Lauenburgische Seen und Frankenwald sowie dem Biosphärenreservat Rhön – können sich nur in begrenztem Umfang selbst finanzieren. Zur Erfüllung ihrer Aufgaben sind sie auf *staatliche Zuwendungen* angewiesen. Dies wird sich auch in der Region des Biosphärenreservates Schaalsee nicht umgehen lassen. Ohne dauerhafte Teilfinanzierung durch die Ämter der Region wird sich die GmbH in der hier konzipierten Form nicht realisieren lassen. Gleiches gilt für die personelle und finanzielle Unterstützung durch den Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin, für den die Marketing-GmbH im Gegenzug Aufgaben in der Region übernehmen würde. Dies enthebt sie jedoch keinesfalls von der Aufgabe, eigene Einnahmen zu erwirtschaften.

Bedingt durch die Landesgrenze zwischen Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein werden der Naturpark Lauenburgische Seen und das Biosphärenreservat Schaalsee derzeit weitgehend separat vermarktet. Hierdurch werden auf beiden Seiten Chancen vergeben. Das Gesamtangebot beider Gebiete ist für den Gast deutlich attraktiver als die Einzelangebote. Für ein zeitgemäßes Tourismus-Marketing sollten Verwaltungsgrenzen gegenüber naturräumlichen Grenzen eine untergeordnete Rolle spielen. Zur besseren Nutzung der vorhandenen Möglichkeiten ist daher eine institutionalisierte Kooperation zwischen der zu gründenden Marketing-GmbH, dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin und der Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH unverzichtbar. Diese führt bereits kurzfristig u.a. zu mehr gemeinsamen Produkten, zu Gäste freundlicheren Informations- und Buchungsangeboten und gemeinsamen Veranstaltungen. Mittel- bis langfristig ist eine einheitliche Vermarktung der Region anzustreben.