

# Touristisches Leitbild

## Seenland Oder-Spree



## INHALT

<b>1. Einführung</b>	<b>3</b>
<b>2. Ziele des Seenland Oder-Spree e. V.</b>	<b>6</b>
2.1. Zielsystem	6
2.2. Oberziele	6
2.3. Leitmotiv/Themenfelder	10
2.3.1. Wasser erleben	12
2.3.2. Radfahren	16
2.3.3. Natur entdecken	20
2.3.4. Kultur	24
2.3.5. Kur/Gesundheit/Wellness	28
2.3.6. Wandern	32
<b>3. Selbstverständnis   Standards</b>	<b>36</b>
<b>4. Mitglieder des Seenland Oder-Spree e. V.</b>	<b>38</b>



# 1. EINFÜHRUNG

Mit den gemeinsam festgelegten langfristigen Zielen einer gemeinsamen Arbeit im Tourismus, geben wir uns einen Rahmen für die zukünftige Entwicklung. Das Touristische Leitbild für das Seenland Oder-Spree wurde in zahlreichen Foren, Workshops und Gesprächsrunden gemeinsam mit den beteiligten Tourismusorganisationen, Vereinen, Verbänden, touristischen Leistungsträgern, Kommunen, Gemeinden, Ämtern und Akteuren erarbeitet. Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen Beteiligten für die offene und mitunter lebhafteste Diskussion und die konstruktive Mitarbeit bedanken.

Wir sind sicher, dass das Leitbild und die damit verbundene Projektplanung dazu beitragen, das Profil des Seenland Oder-Spree als touristische Destination weiter zu schärfen.





# TOURISTISCHES LEITBILD SEENLAND ODER-SPREE

## SEENLAND ODER-SPREE – DIE ERFOLGREICHSTE REISEREGION BRANDENBURGS

Das Seenland Oder-Spree ist für Tages- und Übernachtungsgäste die beliebteste Reiseregion in Brandenburg.

Wir im Seenland Oder-Spree entwickeln eine einheitliche Identität mit regionalen Stärken und Kompetenzen.

Dabei liegt unser Augenmerk auf dem Schutz, der Erhaltung und der nachhaltigen Entwicklung der naturräumlichen, kulturellen und architektonischen Gegebenheiten.

Wir im Seenland Oder-Spree intensivieren die aktive Zusammenarbeit, Vernetzung und Kooperation unserer Leistungsträger der touristischen Dienstleistungskette und optimieren die Informationsflüsse im Reisegebiet.

Wir im Seenland Oder-Spree erhöhen unsere Bekanntheit und verbessern unser Image durch ein gemeinsames, professionelles und erfolgsorientiertes Marketing mittels Themen.

Unsere Kernkompetenzen und Potenziale im Seenland Oder-Spree liegen in den Bereichen Wasser erleben, Natur entdecken, Kultur, Radfahren und Wandern. Insbesondere in diesen Themen entwickeln wir unsere Angebotsstruktur systematisch und aufeinander abgestimmt.

Wir im Seenland Oder-Spree haben begeisterte Gäste, die gern wiederkommen und das Seenland Oder-Spree weiterempfehlen.

Durch eine verbesserte Angebotsausschöpfung und -erweiterung sowie die Steigerung der Angebots- und Servicequalität erhöhen wir die Zahlen bei Tages- und Übernachtungsgästen sowie deren Verweildauer.

Wir im Seenland Oder-Spree schaffen Voraussetzungen für den ökonomischen Erfolg unserer Leistungsträger und gestalten einen attraktiven Lebensraum für unsere Bevölkerung.

„ DAS **SEENLAND ODER-SPREE**  
IST FÜR TAGES- UND  
ÜBERNACHTUNGSGÄSTE DIE  
BELIEBTESTE REISEREGION  
IN BRANDENBURG. “



## 2. ZIELE DES SEENLAND ODER-SPREE E. V.

### 2.1. ZIELSYSTEM

Für die Ausrichtung des Seenland Oder-Spree haben wir ein Zielsystem mit zehn übergeordneten Oberzielen, einem themenübergreifenden Leitmotiv sowie vier flächendeckenden und zwei subregionalen Vermarktungsthemen entwickelt.

Die Oberziele verstehen sich als Dach übergreifend über die Vermarktungsthemen und finden in allen relevanten Bereichen Beachtung.

Das themenübergreifende Leitmotiv für das Seenland Oder-Spree ist „Wasser erleben“.

Vermarkten werden wir das Seenland Oder-Spree über die flächendeckenden Themen Natur erleben, Radfahren, Wasser und Kultur sowie über die subregionalen Themen Kur/Wellness/Gesundheit und Wandern.

### 2.2. OBERZIELE

Für den Tourismus im Seenland Oder-Spree haben wir zehn übergeordnete Ziele und entsprechende Handlungsfelder in den Bereichen Nachhaltigkeit, Gästezufriedenheit, Tourismusintensität, Angebots- und Servicequalität, Bekanntheit und Image, gemeinsames Marketing sowie Innenmarketing im Bereich regionaler Identität und aktive Zusammenarbeit formuliert.

Diese Oberziele mit ihren Handlungsfeldern stehen als Basis für das Leitmotiv und die Themenziele.

## 1 NATUR



### **Wir erhalten unsere natürlichen und kulturellen Gegebenheiten und verbessern deren Ausschöpfung.**

- Wir agieren und wirtschaften übergreifend, nachhaltig ausgerichtet und orientieren die touristische Nutzung unserer natürlichen und kulturellen Gegebenheiten an der Tragfähigkeit.
- Wir bauen unsere Infrastruktur nach den Erfordernissen für ein verträgliches Natur- und Kulturerlebnis aus.

#### **OBERZIELE**

*LEITMOTIV: WASSER ERLEBEN*

#### **THEMENFELDER**

FLÄCHENDECKEND

SUBREGIONAL

WASSER ERLEBEN

WANDERN

RADFAHREN

KUR / GESUNDHEIT /  
WELLNESS

NATUR ENTDECKEN

KULTUR



## 2 EMPFEHLEN



**Wir haben begeisterte Gäste, die gern wiederkommen und das Seenland Oder-Spree gern weiterempfehlen.**

- Wir ermitteln die Erwartungen und Wünsche unserer Zielgruppen und übertreffen diese.
- Wir fokussieren uns nachfrageorientierter und treten mit unseren Angeboten passgenau auf.
- Wir binden unsere Gäste an die Region und machen sie zu Stammgästen.
- Wir führen regelmäßige Gästebefragungen durch.

## 3 VERWEILEN



**Wir erreichen, dass mehr Tages- und Übernachtungsgäste unsere Region besuchen und länger verweilen.**

- Wir ermitteln die Bedürfnisse, Motive und Wünsche unserer Gäste und optimieren unsere Dienstleistungs-, Angebots- und Infrastruktur.
- Wir schaffen Reiseanlässe und Verweilmotive zu unseren touristischen Themen und vermarkten diese umfassend.

## 4 QUALITÄT



**Wir verbessern die Qualität unseres Angebotes und unserer Infrastruktur.**

- Wir geben unserem Gast ein Angebotsqualitäts-Versprechen und halten dieses. Dabei bleiben wir stets innovativ und am Puls der Zeit.
- Wir ermitteln die Bedarfe und optimieren unsere Dienstleistungs-, Angebots- und Infrastruktur.
- Wir steigern das Qualitätsbewusstsein unserer Akteure und Leistungsträger hinsichtlich des touristischen Angebots und der Infrastruktur und unterstützen sie bei der Umsetzung.
- Wir definieren Standards für die Angebots- und Leistungsketten in der Region und kontrollieren deren Einhaltung.
- Wir formulieren Standards, die eine einheitliche Angebotsqualität und Infrastruktur bei den Tourist-Informationen gewährleistet.

## 5 SERVICE



### **Wir verbessern die Servicequalität der touristischen Leistungskette.**

- Wir geben unserem Gast ein Servicequalitätsversprechen und halten dieses. Dabei bleiben wir innovativ.
- Wir steigern das Servicebewusstsein unserer Akteure und Leistungsträger und unterstützen sie bei der Umsetzung.
- Wir definieren Service-Standards für die Region und kontrollieren deren Einhaltung.
- Wir formulieren Standards, die eine einheitliche Servicequalität bei den Tourist-Informationen gewährleistet.

## 6 ERFOLG



### **Wir steigern den ökonomischen Erfolg der Leistungsträger.**

- Wir setzen uns als Verband gegenüber übergeordneten Instanzen für die Verbesserung der Rahmenbedingungen für unsere Leistungsträger ein.
- Wir entwickeln das Reisegebiet gemeinsam mit den Leistungsträgern und stärken diese mittels abgestimmter Maßnahmen und Aktivitäten.

## 7 BEKANNTHEIT



### **Wir erhöhen die Bekanntheit des Seenland Oder-Spree und stärken das Image.**

- Wir schaffen ein unverwechselbares Image für die Region, pflegen dieses und bauen es kontinuierlich aus.
- Wir steigern kontinuierlich den Bekanntheitsgrad unserer Region.



## 8 PLANUNG



### **Wir betreiben ein erfolgreiches, professionelles, gemeinsames Marketing mittels Themen.**

- Wir agieren generell kooperativ und koordinieren unsere gemeinsamen Marketingaktivitäten in einem Jahres-Marketingplan.
- Wir vermarkten uns über das Leitmotiv „Wasser erleben“ sowie die vier flächendeckenden Kernthemen Natur entdecken, Radfahren, Wasser und Kultur sowie die zwei subregionalen Kernthemen Kur/Wellness/Gesundheit und Wandern. Spezifische Themen sind flächendeckend: Freizeitsport, Geschichte und Baukultur sowie subregional die Militärgeschichte.
- Wir bedienen innerhalb dieser Themen die Zielgruppen „Genussorientierte Natururlauber“, „Intellektuelle Kulturliebhaber“ und „Qualitätsbewusste Entschleuniger“.
- Wir messen den Erfolg unseres Handelns über gemeinsame Kennzahlen und Handlungsempfehlungen.
- Wir betreiben regelmäßige Marktforschung und -analysen.

## 9 IDENTITÄT



### **Wir schaffen im Seenland Oder-Spree eine einheitliche Identität mit regionalen Stärken und Kompetenzen.**

- Wir verdeutlichen unsere regionalen Stärken und Kompetenzen und besinnen uns einer einheitlichen Identität.
- Wir fördern das Zusammenwachsen der Region über Subregionsgrenzen und Themenfelder hinaus.

## 10 TEAM



### **Wir optimieren die aktive Zusammenarbeit, die Vernetzung und die Informationsflüsse in unserem Reisegebiet.**

- Wir sorgen für einen regelmäßigen Informationsfluss zwischen den Akteuren, Leistungsträgern und Tourismusorganisationen sowie zwischen den Tourismusorganisationen untereinander.
- Wir erstellen und pflegen Angebotsübersichten sowie entsprechende Empfehlungen zu den jeweiligen Themen.
- Wir stimmen uns zu relevanten Inhalten und Fragestellungen mit den entsprechenden politischen Ebenen sowie zuständigen Institutionen ab.

## 2.3. LEITMOTIV / THEMENFELDER

„Wasser erleben“ als übergreifendes Leitmotiv für die Vermarktung des Seenland Oder-Spree findet sich in allen Vermarktungsthemen wieder.

So ist der Wunsch nach Naturerlebnissen am/auf/im/mit Wasser Anlass zum Radfahren, Wandern und Paddeln sowie Teil des Wohlfühlens, Ent- und Ausspannens und Kultur-erlebens.

In den Themen: Wasser erleben, Radfahren, Natur entdecken und Kultur finden sich flächendeckend im gesamten Reisegebiet Angebote mit touristischer Relevanz und Vermarktungspotenzial. Dafür stehen ein flächendeckendes Radwegenetz mit einer guten fahrradtouristischen Infrastruktur, die Flüsse Oder und Spree, über 300 Seen sowie zahlreiche kulturelle Highlights und versteckte Kleinode, die unsere Gäste begeistern.

Die Themen Kur/Wellness/ Gesundheit und Wandern sind im Seenland Oder-Spree in Subregionen touristisch relevant.

Das Thema Kur/Wellness/Gesundheit wird in den drei Kurorten Bad Saarow, Bad Freienwalde und Buckow und den vier Erholungs-orten Wendisch Rietz, Neuzelle, Müllrose und Waldsiedersdorf vorrangig umgesetzt.

Das Thema „Wandern“ findet im Reisegebiet mit dem Schlaubetal-Wanderweg (Naturpark Schlaubetal), dem Europawanderweg, dem 66-Seenwanderweg, dem Oderlandweg und der Naturparkroute Märkische Schweiz (Naturpark Märkische Schweiz) statt.

### LEITMOTIV: WASSER ERLEBEN

#### THEMENFELDER

FLÄCHENDECKEND

WASSER ERLEBEN

RADFAHREN

NATUR ENTDECKEN

KULTUR

SUBREGIONAL

WANDERN

KUR / GESUNDHEIT /  
WELLNESS





## 2.3.1. **WASSER ERLEBEN**





### 2.3.1. WASSER ERLEBEN

**Wir leben am und vom Wasser,  
wir leben mit ihm und auf ihm –  
Wasser ist unser Element!**

Unsere bekanntesten Flüsse Oder und Spree, als Namenspaten des Reisegebietes und über 300 Seen mit sauberem Wasser, wo Mensch und Tier sich gleichermaßen wohl fühlen, stehen für das Seenland Oder-Spree wie fangfrischer Fisch, Wassersport vom Paddel- bis zum Motorboot, und Badespaß an Naturbadestellen, in Fluss- und Strandbädern.



## 1 WASSERWEGE



**Wir vermarkten unsere Wasserflächen über Streckenverläufe, die spezifische Nutzung, Anspruchsgruppen und Themen, die inhaltlich passend um andere Themengebiete ergänzt werden.**

- Wir bedienen die Anspruchsgruppen: Badende, Wasser-Wanderer, Aktive-Fun-Wassersportler, ‚Freizeitkapitäne‘, Wasser-Natur-Erleber und Passive-Wasser-Erleber.
- Wir berücksichtigen bei der Angebotserstellung Muskel- und Motor-Zielgruppenkonflikte und gewährleisten eine lokal zielgruppenspezifische und naturverträgliche Umsetzung.

## 2 INFRASTRUKTUR



**Wir optimieren unsere wassertouristische Infrastruktur und bauen diese naturverträglich aus.**

- Wir ermitteln die Bedarfe an benötigter wassertouristischer Infrastruktur und eruieren entsprechende Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für deren Ausbau, Pflege und Erhaltung.

## 3 NACHHALTIGKEIT



**Wir erschließen, erhalten, pflegen und kommunizieren unsere Natur-Badestellen kooperativ und nachhaltig.**

- Wir vermarkten unsere Naturbadestellen als Alleinstellungsmerkmal.

## 4 AUSFLUGS-SCHIFFFAHRT



**Wir verbessern die Kommunikation und Abstimmung der Angebote der Ausflugsschifffahrt.**

- Wir erfassen die Angebote der Ausflugsschifffahrt an einer zentralen Stelle und kommunizieren diese in der Region.
- Wir stimmen die Angebote im Sinne des Nachfragers sowie einer optimierten Auslastung ab.





## 2.3.2. RADFAHREN



## 2.3.2. RADFAHREN

### **Das Genussradeln – im Seenland Oder-Spree ist es zu Hause!**

Gut beschilderte Thementouren auf ausgebauten Radwegen und wenig frequentierten Nebenstraßen, eine gute Infrastruktur und zahlreiche Bett&Bike Betriebe machen Radeln zu einem Genuss im Seenland Oder-Spree. Entlang der Flüsse, durch Felder und Wälder, ein Bad im See, viele kulturelle Einrichtungen entlang der Strecke oder ein Abstecher nach Polen bieten Abwechslung und interessante Touren.

# 1 ROUTEN



### **Wir vermarkten unser Radwegenetz über Routen und Themen.**

- Wir erarbeiten nachfrageorientierte Angebote für Tages-Radler und Mehr-Tages-Radler, deren zeitlicher Fokus zwischen Ostern und den Herbstferien liegt und die inhaltlich sinnvoll mit anderen Themen kombiniert sind.



## 2 INFRASTRUKTUR



**Wir bauen unsere fahrradtouristische Infrastruktur (Radwege und -beschilderung) aus, pflegen und erhalten diese nachhaltig.**

- Wir nehmen die Bedarfe auf und ermitteln entsprechende Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.
- Wir optimieren unser Radwegenetz und setzen uns für die Schließung der Netzlücken ein.
- Wir optimieren die Beschilderung unseres Radwegenetzes, insbesondere um Hinweise zu begleitender Infrastruktur.

## 3 DIGITALISIERUNG



**Wir bleiben technisch innovativ und zeitgemäß.**

- Wir prüfen, pflegen und erweitern Möglichkeiten und Systeme für GPS-gestützte Radtouren.
- Wir bereiten unsere Radtouren zur individuellen Zusammenstellung auf.
- Wir nutzen (technische) radtouristische Neuerungen.



## 2.3.3. **NATUR ENTDECKEN**

### 2.3.3. NATUR ENTDECKEN

**NATUR wird bei uns groß geschrieben: Flüsse und Seen, Wälder, Felder und Alleen – das Seenland Oder-Spree hat viel Natur zu bieten.**

Unsere drei Naturparke Dahme-Heideseen, Schlaubetal und Märkische Schweiz gelten als grüne Kleinode und natürliche Erlebnisgebiete, die es so in Deutschland kein zweites Mal gibt. Über 300 Seen, die Oder und die Spree machen uns zu einem Wasserparadies. Hier finden unsere Gäste viel Raum zum Radfahren, Wandern, zum Wasser erleben und zur Erholung.



## 1 THEMEN



**Wir erschließen unsere Naturräume über Themen und machen diese dadurch erlebbar.**

- Wir ermitteln nachfrageorientierte und zielgruppenspezifische Naturthemen und setzen diese, auch gepaart mit anderen Themen, entsprechend in Produkte und Dienstleistungen um.
- Wir bilden Natur- und Landschaftsführer aus, die auch zu Spezialthemen dem Gast die Einzigartigkeit der Natur in unserer Region näher bringen.

## 2 NATURREGION



**Wir erarbeiten uns als Naturregion ein Alleinstellungsmerkmal.**

- Wir prüfen das Angebot und die Spezifika, insbesondere unserer drei Naturparke zur Erarbeitung eines Alleinstellungsmerkmals, welches wir entsprechend pflegen, kontinuierlich ausbauen und vermarkten.

## 3 NATURERLEBNIS



**Wir optimieren und ergänzen unsere Infrastruktur für ein naturschützendes Naturerlebnis.**

- Wir verbessern die Besucherlenkung, Ausschilderung und Infrastruktur in unseren Naturräumen.
- Wir konzipieren und stellen unsere Naturangebote besucherfreundlich und zielgruppenspezifisch möglichst barrierefrei dar.

## 4 BEWUSSTSEIN



**Wir steigern das Natur- und Umweltbewusstsein.**

- Wir schaffen Natur-Angebote, bei denen das individuelle und ruhige Naturerlebnis im Vordergrund steht und das durch Events lediglich ergänzt wird.
- Wir erhöhen mittels diverser Aktivitäten das Natur- und Umweltbewusstsein unserer Akteure und Leistungsträger.





## 2.3.4. KULTUR



### 2.3.4. KULTUR

**Es gibt viel zu sehen im Kulturland an Oder und Spree. Da sind zum einen die Kulturschönheiten der größeren Städte im Reisegebiet, die die Gäste anziehen:**

Beeskow, Bad Freienwalde und Altlandsberg mit ihren liebevoll restaurierten Altstädten, Eisenhüttenstadt als Musterbeispiel sozialistischer Städteplanung, Frankfurt (Oder) mit seiner Marienkirche, Fürstenwalde/Spree mit seinem Dom von St. Marien, das Schloss in Neu-hardenberg und das Barock-Wunder von Neuzelle. Aber auch die vielen kleinen Highlights gilt es touristisch zu erschließen.

## 1 KULTUR-TOURISMUS



**Wir bereiten unser kulturelles Angebot thematisch auf und verknüpfen es inhaltlich sinnvoll mit anderen Themenbereichen.**

- Wir bilden gemeinsam mit Künstlern und Kultureinrichtungen das Netzwerk „Kulturtourismus Seenland Oder-Spree“.
- Wir nutzen bestehende Strukturen, stärken und vernetzen diese und machen sie bekannt.
- Wir erarbeiten die relevanten Kultur-Themen unserer Region.
- Wir machen unsere Geschichte erlebbar.
- Wir verknüpfen unser kulturelles Angebot insbesondere mittels thematischer Routen sinnvoll mit anderen Themen und Angeboten.



## 2 LEUCHTTÜRME



### **Wir nutzen unsere kulturellen Leuchttürme als Reiseanlass für unsere Gäste.**

- Wir benennen unsere kulturellen Leuchttürme und stellen deren Angebote und Besonderheiten sowie die Effekte für das Umland dar.
- Wir erarbeiten Kooperationsprojekte und -angebote mit den Leuchttürmen und dem Angebot im Umland.

## 3 HEIMAT



### **Wir steigern das Bewusstsein für unser kulturelles Angebot.**

- Wir stärken die Heimatkunde mit kulturellen Angeboten für Einwohner, Schulklassen etc.
- Wir stärken den Nachwuchs und bilden Kultur-Führer aus.
- Wir bringen unseren Gästen unser kulturelles Angebot näher.



## 2.3.5. KUR / GESUNDHEIT / WELLNESS



### 2.3.5. KUR / GESUNDHEIT / WELLNESS

#### **Seenland Oder-Spree – Entspannung und ein positives Lebensgefühl!**

Mit subregionaler Ausrichtung vermarkten wir das Thema Kur/ Gesundheit/Wellness im Reisegebiet Seenland Oder-Spree in drei Orten: In Bad Saarow, dem aufstrebenden Wellness-Zentrum Nr. 1 in der Region mit einem der schönsten und modernsten Thermoalebäder Deutschlands, der SaarowTherme; in Buckow, dem einzigen staatlich anerkannten Kneipp-Kurort Brandenburgs und in Bad Freienwalde, der ältesten Kur- und Badestadt in der Mark Brandenburg.

## 1 KURORTE



#### **Wir fokussieren uns auf die Kurorte Buckow, Bad Freienwalde und Bad Saarow.**

- Wir konzentrieren uns auf die Kur-, Wellness- und Gesundheitsangebote in den Kurorten, berücksichtigen jedoch auch die Erholungs-orte sowie einzelne Leistungsträger mit entsprechenden qualitativ hochwertigen Angeboten.



## 2 WOHLFÜHLEN



**Wir schaffen eine Atmosphäre, die zum Wohlfühlen, Ent- und Ausspannen einlädt.**

- Wir setzen vermehrt auf Prävention sowie den 2. Gesundheitsmarkt.
- Wir möchten, dass sich der Gast bei uns ent- und ausspannt.
- Wir erarbeiten flexible Pauschalen mit kombinierbaren Einzelbausteinen auch aus anderen Themen, die sich der Gast zusammenstellen kann.

## 3 BARRIEREFREIHEIT



**Wir schaffen Barrierefreiheit.**

- Wir eruieren die Ansprüche an Barrierefreiheit und prüfen deren Umsetzung.





A lush green forest scene with a stream and fallen logs. The foreground is dominated by large, dark brown tree branches and vibrant green leaves, some in sharp focus and others blurred. In the middle ground, a calm stream flows through the forest, reflecting the surrounding greenery. Several large, weathered logs are scattered across the stream and the forest floor. The background is filled with tall, slender trees and a dense canopy of green leaves, creating a sense of depth and tranquility.

## 2.3.6. **WANDERN**

## 2.3.6. WANDERN

### **Seenland Oder-Spree – ein lohnenswertes Wanderziel!**

Gewandert wird im Seenland Oder-Spree, in der Märkischen Schweiz und im Schlaubetal und hier liegt auch der Vermarktungsschwerpunkt. Das Schlaubetal – als schönste Bachlandschaft Brandenburgs – überzeugt mit seiner ursprünglichen Natur, seltenen Orchideen und dem Eisvogel. Auf den Spuren der letzten Eiszeit erkunden unsere Gäste die Märkische Schweiz.

## 1 WANDER- REGIONEN



**Wir fokussieren uns auf die Märkische Schweiz sowie das Schlaubetal und die zertifizierten Qualitätswanderwege.**

- Wir konzentrieren uns auf die Wanderangebote in der Märkischen Schweiz und im Schlaubetal, berücksichtigen jedoch auch weitere Gebiete mit entsprechenden Standards.



## 2 WANDERWEGE



**Wir bauen unsere Ausschilderung und Infrastruktur aus und pflegen und erhalten diese entsprechend.**

- Wir bauen unsere Wanderinfrastruktur weiter aktiv aus und schaffen ein zielgruppenorientiertes Bewusstsein bei den Leistungsträgern.

## 3 ERLEBNISSE



**Wir forcieren eine thematische Vernetzung von Wanderwegen und Leistungsträgern.**

- Wir erschließen unsere Wanderregion über zielgruppenspezifische thematische Wanderwege und Routen gepaart mit anderen Themen.
- Wir fördern den Nachwuchs und bilden Wanderführer aus.

## 4 DIGITALISIERUNG



**Wir erschließen unsere Wandergebiete mittels technischer Innovationen.**

- Wir prüfen, pflegen und erweitern Möglichkeiten und Systeme für GPS-gestützte Wandertouren und Geocaching.



### 3. SELBSTVERSTÄNDNIS | STANDARDS

Als Verband setzen wir hinsichtlich der Umsetzung der formulierten Ziele direkt auf Verbands- und Mitgliederbene an und haben für uns erste verpflichtende Standards formuliert, an die wir uns gebunden fühlen und an denen wir uns messen wollen.

Hierbei berücksichtigen wir – neben der Steigerung der Angebots- und Servicequalität – insbesondere in unseren Mitglieds-Touristinformationen auch die Optimierung der Infrastruktur und die Intensivierung von Kooperationen und Zusammenarbeit.

#### WIR DER SEENLAND ODER-SPREE E. V. SIND

- **aktuell, zeitgemäß, visionär, dynamisch und mutig**
- **engagiert und innovativ**
- **gemeinschaftsfördernd, kooperativ und offen!**

Wir freuen uns über neue Impulse und entwickeln uns kontinuierlich.

Wir planen unsere Aufgaben langfristig und orientieren uns fest am Touristischen Leitbild und an unseren darin abgestimmten Zielen.

Wir fühlen uns der Umsetzung und Fortschreibung unseres Touristischen Leitbildes verpflichtet und sehen in ihm unsere strategische Grundlage.

### **Auf Verbandsebene ...**

- ... verpflichten wir uns der Abstimmung, Kommunikation, Einhaltung und Kontrolle von auf Reisegebietsebene definierten Standards.
- ... veröffentlichen wir in Kommunikationsmedien nur Kontaktadressen der mit der ‚i-Marke‘ zertifizierten TIs, die entsprechend für den Gast erreichbar sind.
- ... führen wir regelmäßig qualifizierte Testkäufe in den TIs durch und werten diese nachvollziehbar aus.
- ... nehmen wir regelmäßig an Weiterbildungsangeboten teil.
- ... führen wir regelmäßige Info-Veranstaltungen für unsere TI-Mitarbeiter über die Region sowie die Angebote in der Region durch.
- ... treffen wir uns regelmäßig mit den Geschäftsführern der Tourismusorganisationen.
- ... machen wir unsere Ziele über Kennzahlen messbar.
- ... führen wir regelmäßige Marktforschung und -analysen durch.

### **Wir verpflichten uns ...**

- ... nur DTV-zertifizierte private Anbieter zu vermarkten.
- ... auf allen Marketingprodukten unsere Zugehörigkeit zum Reisegebiet zu erwähnen und das Logo des Seenland Oder-Spree zu verwenden.
- ... sämtliche Messeaktivitäten abzustimmen.
- ... zur Einhaltung von auf Reisegebietsebene definierten Standards.
- ... nach der ‚i-Marke‘ sowie ServiceQualität Deutschland zertifizieren zu lassen und sollten uns am Buchungsverbund des Landes Brandenburg beteiligen.
- ... unsere Mitarbeiter kontinuierlich fortzubilden.
- ... Anfragen innerhalb von 24 Stunden mit individualisierten thematischen Anschreiben und Info-Material zu bearbeiten.
- ... Reklamationen auf Basis eines Beschwerdemanagements zu bearbeiten.
- ... die Auslagen im Schaufenster und/oder Schaukasten aktuell und ordentlich zu präsentieren und entsorgen veraltetes Prospektmaterial.

## 4. WIR SIND MITGLIED IM SEENLAND ODER-SPREE E. V.



<b>MITGLIEDER</b>	<b>STRASSE</b>	<b>ORT</b>
<b>Stadt Beeskow</b>	Berliner Straße 30	15848 Beeskow
<b>Gemeinde Schöneiche bei Berlin</b>	Dorfau 1	15566 Schöneiche bei Berlin
<b>Landkreis Märkisch-Oderland</b>	Puschkinplatz 12	15306 Seelow
<b>Landkreis Oder-Spree</b>	Breitscheidstraße 7	15848 Beeskow
<b>Stadt Frankfurt (Oder)</b>	Marktplatz 1	15230 Frankfurt (Oder)
<b>Sparkasse Märkisch-Oderland</b>	Große Straße 2–3	15344 Strausberg
<b>Sparkasse Oder-Spree</b>	Franz-Mehring-Straße 22	15230 Frankfurt (Oder)
<b>Amt Märkische Schweiz</b>	Hauptstraße 1	15377 Buckow
<b>Amt Odervorland</b>	Bahnhofstraße 3–4	15518 Briesen (Mark)
<b>Amt Neuzelle</b>	Bahnhofstraße 22	15898 Neuzelle
<b>Stadt Erkner</b>	Friedrichstraße 6–8	15537 Erkner
<b>Stadt Müncheberg</b>	Rathausstraße 1	15374 Müncheberg
<b>Bad Saarow Kur GmbH</b>	Am Kurpark 1	15526 Bad Saarow
<b>Bad Freienwalde Tourismus GmbH</b>	Uchtenhagenstraße 3	16259 Bad Freienwalde
<b>Stiftung Schloss Neuhardenberg</b>	Sybelstraße 63	10629 Berlin
<b>Tourismusverein Scharmützelsee e. V.</b>	Kleine Promenade 1	15864 Wendisch Rietz
<b>Tourismus-Marketing Schlaubetal e. V.</b>	Kietz 7	15299 Müllrose
<b>Spreereion</b>		
<b>Beeskow-Schwielochsee e. V.</b>	Berliner Straße 30	15848 Beeskow
<b>Tourist Information</b>		
<b>Oderbruch und Lebuser Land e. V.</b>	Mittelstraße 10	15306 Seelow
<b>Neuhardenberger Land - Tourismus e. V.</b>	Karl-Marx-Allee 23	15320 Neuhardenberg
<b>Fürstenwalder Tourismusverein e. V.</b>	Mühlenstraße 1	15517 Fürstenwalde/Spree
<b>Tourismusverein Oder-Region</b>		
<b>Eisenhüttenstadt e. V.</b>	Lindenallee 25	15890 Eisenhüttenstadt
<b>Gemeinde Grünheide (Mark)</b>	Am Marktplatz 1	15537 Grünheide (Mark)
<b>Gemeinde Letschin</b>	Bahnhofstraße 30a	15324 Letschin
<b>Amt Lebus</b>	Breite Straße 1	15326 Lebus
<b>Förderverein</b>		
<b>Schlaubemündung - Odertal e. V.</b>	Lindenstraße 59	15295 Brieskow-Finkenheerd
<b>Tourismusverein</b>		
<b>Märkische S5-Region e. V.</b>	Krummenseestraße 1	15345 Altlandsberg
<b>Stiftung Stift Neuzelle</b>	Stiftsplatz 7	15898 Neuzelle
<b>Gemeinde Steinhöfel</b>	Demnitzer Straße 7	15518 Steinhöfel
<b>Gemeinde Woltersdorf</b>	Rudolf-Breitscheid-Straße 23	15569 Woltersdorf
<b>Paul Hünemörder</b>	Ehrenmitglied	



## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Seenland Oder-Spree e. V.,  
Ulmenstraße 15, 15526 Bad Saarow

**Konzeption, Layout, Text:**

Seenland Oder-Spree e. V.,  
Möller Medienagentur GmbH

**Druck:** Möller Druck und Verlag GmbH

**Stand:** März 2020

**Bildnachweise:**

Titelbild: Florian Läufer  
Florian Läufer, Andreas Tauber,  
Marie Kessler, Sandra Ziesig,  
Beate Wätzel, nullplus/fotolia.com

**Haftungshinweis:** Wir übernehmen keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit, Leistungen und Preise. Änderungen, Irrtümer sind vorbehalten. Veröffentlichungen und Nutzung von Daten sind auch auszugsweise nur mit Genehmigung des Herausgebers gestattet.



## Seenland Oder-Spree e. V.

Ulmenstraße 15, 15526 Bad Saarow

Telefon 033631 868100


Telefax 033631 868102

[info@seenland-os.de](mailto:info@seenland-os.de)

[www.Seenland-OderSpree.de](http://www.Seenland-OderSpree.de)

Mit freundlicher Unterstützung der

 Sparkasse  
Oder-Spree

 Sparkasse  
Märkisch-Oderland