

Projektbeispiele in den sechs Handlungsfeldern der LTK

- Handlungsfeld 1: Starke innovative Unternehmen

Projektbeispiel 1

Crowdfunding-Wettbewerb „FlämingSchmiede 2017“

Projektpartner: Tourismusverband Fläming e.V., IHK Potsdam, Clustermanagement Tourismus, Wirtschaftsförderungen der Landkreise Teltow-Fläming und Potsdam-Mittelmark, BTE Tourismus- und Regionalberatung, Startnext, MWE

Der gemeinsam durch den Tourismusverband Fläming e.V., das Clustermanagement Tourismus des Landes Brandenburg, die IHK Potsdam, die Wirtschaftsförderungen der Landkreise Teltow-Fläming und Potsdam-Mittelmark, das Beratungsunternehmen BTE sowie die Crowdfunding-Plattform Startnext durchgeführte Crowdfunding-Wettbewerb, richtet sich an Einzelpersonen, Unternehmen, Gruppen und Netzwerke aus dem Fläming, die eine kreative touristische Projektidee haben oder Ideengeberinnen und Ideengeber, die nicht aus dem Fläming kommen, aber ein Projekt im Fläming umsetzen wollen. Das bietet einer breiten Anzahl von Akteurinnen und Akteuren die Möglichkeit, sich mit kleineren Beträgen an Projekten zu beteiligen. Kundinnen und Kunden werden in den Entwicklungsprozess touristischer Produkte integriert, indem sie deren Attraktivität bewerten und Investitionsbereitschaften erklären.

Der Crowdfunding-Wettbewerb „FlämingSchmiede 2017“ gliedert sich in drei Phasen: Bewerbung (18.07.17-24.09.17), Vorbereitung (29.09.17-17.11.17) und Finanzierung (18.11.17-12.01.18). In der Bewerbungsphase können Projektideen über ein Online-Formular auf der Internetplattform startnext.de eingereicht werden. Zur Ausarbeitung von Projektideen und Begleitung von Produktentwicklungsprozessen werden in dieser Phase spezielle Workshops („Ideenschmieden“) durchgeführt. Vor einer Veröffentlichung erfolgversprechender Projektideen auf der Online-Plattform werden Projektverantwortliche in der Vorbereitungsphase in einem Webinar und mit einem Intensivcoaching bei der Entwicklung ihres Webauftritts unterstützt. In der Finanzierungsphase (üblicherweise 30 bis 45 Tage) werben die Projektstarterinnen und -starter um Investorinnen und Investoren („Crowd“) für ihre Projekte. Nach dem „Alles-oder-nichts-Prinzip“ werden die Gelder der Investorinnen und Investoren nur dann ausgezahlt, wenn am Ende dieser Phase das zuvor definierte Fundingziel erreicht wird. Andernfalls geht das Geld an die Unterstützerinnen und Unterstützer zurück. Integraler Bestandteil des Crowdfunding-Programms ist ein Wettbewerb, bei dem die besten drei Projekte mit vom MWE bereitgestellten Preisgeldern (Gesamtsumme: 6.000 Euro) ausgezeichnet werden.

(Weitere Informationen: http://www.tourismuscluster-brandenburg.de/sites/default/files/downloads/FlaemingSchmiede_Information.pdf; <https://www.startnext.com/pages/flaemingschmiede#contest>; Stand: 15.08.2017)

Projektbeispiel 2

Ausbildungsoffensive „Brandenburg will Dich! Hier hat Ausbildung Zukunft.“

Projektpartner: MASGF, Handwerkskammern, IHKs

Mit der Kampagne „Brandenburg will Dich! Hier hat Ausbildung Zukunft.“ wirbt das Land Brandenburg gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses für das Ausbildungsangebot in den Regionen des Landes. Es soll zum Ausdruck gebracht werden, dass das Ausbildungsangebot in Brandenburg vielfältig ist und gute Karrierechancen bietet. Die Kampagne richtet sich an Jugendliche wie auch Eltern und Großeltern.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen Auszubildende sowie deren Ausbilderinnen und Ausbilder, die stolz auf ihren Beruf sind und als „Gesichter der Kampagne“ gute Ausbildung in Brandenburg repräsentieren. Mit Start des Ausbildungsjahres 2017/18 am 01.09.2017 werden 15 authentische „Ausbildungsduos“ auf Plakaten abgebildet. Auch wird eine Facebook-Seite geschaltet, die zu Ausbildungsstellenbörsen verlinkt, ausgewählte Veranstaltungen für Ausbildungsinteressierte bewirbt und einen Wettbewerb für Auszubildende um den Slogan des Monats schaltet („Warum ich stolz bin, eine Ausbildung in Brandenburg zu machen...“). Die Partnerinnen und Partner des Brandenburgischen Ausbildungskonsenses unterstützen die Aushängung der Plakate in Schulen, Betrieben (Einzelhandel, Kinos, Tourismus etc.), Vereinen etc. sowie auf Veranstaltungen (u.a. Ausbildungsmessen).

Projektbeispiel 3

Wissenstransfer auf regionaler Ebene – Beispiel Havelland

Projektpartner: Tourismusverband Havelland e.V., touristische Unternehmen, IHK Potsdam

Wesentlich durch die Organisation der Bundesgartenschau 2015 im Havelland beeinflusst, hat der Tourismusverband Havelland e.V. in den letzten Jahren die Vernetzung und den Informations- und Erfahrungsaustausch von Tourismusunternehmen forciert. Seitdem initiiert, begleitet und moderiert er verschiedene Stammtische, Runde Tische und Arbeitskreise. Seit 2016 organisiert der Tourismusverband gemeinsam mit der IHK Potsdam alljährlich einen regionalen Tourismustag, um mit Tourismusunternehmen zu aktuellen Branchenthemen ins Gespräch zu kommen. Auf dem Tourismustag 2016 stand die Profilierung des Reisegebietes Havelland im Mittelpunkt; die Veranstaltung im März 2017 widmete sich dem Themenbereich „Digitalisierung“.

Zur Schulung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat der Tourismusverband ein Handbuch als Arbeits- und Beratungsgrundlage entwickelt. Der Verband berät Unternehmen, Vereine und Verbände vor Ort zu vielfältigen touristischen Fragen in der Region Havelland.

- **Handlungsfeld 2: Organisation und Kooperation**

Projektbeispiel 4

Wissenschaftliche Studie „Empfehlungen für regionale touristische Organisationsformen im Land Brandenburg“

Projektpartner: MWE, LTV, TMB

In Abstimmung mit dem Landestourismusverband (LTV), dessen Beteiligung in dem Prozess mit Vorstands- und Mitgliederbeschluss abgesichert ist, und der TMB hat MWE ein Gutachten in Auftrag gegeben, das die Anforderungen an ein modernes Destinationsmanagement beschreibt und Handlungsempfehlungen dazu gibt, wie die regionale Organisationen sich zukunftsfähig aufstellen können.

Die Studie enthält zunächst eine Beschreibung der Anforderungen moderner regionaler Destinationsmanagementorganisationen. Das Anforderungsprofil umfasst folgende Aspekte: Organisations- und Kooperationsstruktur, Aufgabenwahrnehmung und -struktur, Ausstattung mit Finanz- und Personalressourcen, Rechtsstruktur (z.B. Beihilfe- und Vergaberecht). Mit Hilfe eines Fragebogens und mittels Expertengesprächen werden in einem ersten Schritt die bestehenden Organisationsstrukturen der regionalen Tourismusverbände im Land Brandenburg evaluiert. Aufbauend auf den Analyseergebnissen werden zum einen generelle Modelle zur Organisationsentwicklung entwickelt, als auch Handlungsempfehlungen formuliert, die die spezifischen Gegebenheiten der einzelnen brandenburgischen Reisegebiete berücksichtigen. Diese Empfehlungen zielen auf interne Anpassungen bzw. umfassende Neuordnungen der Organisationsstrukturen, auf Kooperationspotenziale sowie auf Finanzierungskonzepte ab. Auf dieser Grundlage erfolgen auf Wunsch des LTV Vorschläge für mögliche Gebietskulissen bzw. überregionale Kooperationsmodelle.

Erste Ergebnisse sind für Dezember 2017 zu erwarten und werden in zwei öffentlichen Veranstaltungen präsentiert.

Projektbeispiel 5

Touristisches Netzwerk Industriekultur

Projektpartner: Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V., Standorte der Industriekultur in Brandenburg, MWE, MWFK, überregionale Partnerinnen und Partner

Zielsetzung des im Juli 2017 durch 22 Organisationen gegründeten Netzwerkes Industriekultur ist die touristische Erschließung und Vernetzung von Standorten der Industriekultur in Brandenburg. Das vom Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. koordinierte Netzwerk dient als Plattform für einen tourismusfachlichen Austausch und für eine gemeinsame Vermarktung. Hierzu sollen Erlebnisangebote der Industriekultur mit anderen touristischen Angeboten wie Radfahren, wasserbasierten Aktivitäten und Städtetourismus miteinander verknüpft werden.

Die 2007 geschaffene ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur mit elf Einrichtungen gehört zu den Gründungsmitgliedern des Netzwerkes. Überregionale Partnerinnen und Partner sind unter anderem die Europäische Route der Industriekultur, das Berliner Zentrum Industriekultur und die Koordinierungsstelle Sächsische Industriekultur. Der fachlich beratende Beirat des Netzwerkes besteht aus TMB, LTV und dem Museumsverband des Landes Brandenburg e.V. (MVB). Für die Gründung und die Aktivitäten des Netzwerkes Industriekultur stellt MWE finanzielle Mittel bis Ende 2018 bereit. Mit Hilfe von ESF-Mitteln des MWFK werden Schulungen organisiert.

Projektbeispiel 6

Regionales Netzwerk Kulturtourismus Seenland Oder-Spree

Projektpartner: CTA Kulturverein Nord e.V., Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V., Landkreis Oder-Spree, Landkreis Märkisch-Oderland, Kultureinrichtungen und -vereine, Künstlerinnen und Künstler, Tourist-Informationen, touristische Betriebe, LAG Oderland e.V., MWFK, MLUL

Das 2009 gegründete Netzwerk Kulturtourismus Seenland Oder-Spree ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem CTA Kulturverein Nord e.V. und dem Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V.. Ziel des Projektes ist es, über eine Vernetzung der Akteurinnen und Akteure den Kulturtourismus als Wirtschaftsfaktor in der Region zu stärken, zu entwickeln und zu profilieren. Das Netzwerk führt Kunst- und Kulturschaffende mit Tourismusanbieterinnen und -anbietern zusammen. Die inhaltliche Arbeit richtet sich am Leitfaden Kulturtourismus des Landes Brandenburg (MWFK) und der Markenstrategie der TMB für das Themenfeld „Kultur erleben“ aus. Ein Leitgremium bestehend aus Kultur- und Tourismuseinrichtungen bestimmt die Arbeit des Netzwerkes. Gemeinsam werden neue kulturtouristische Angebote (z.B. Veranstaltungsformate) entwickelt und vermarktet. So ist mit Unterstützung der LAG Oderland e.V. und Fördermitteln des MLUL ein Kulturführer erstellt worden, der Beschreibungen und Serviceinformationen zu kulturellen Bauwerken, Museen, Galerien und Veranstaltungsorten im Reisegebiet enthält.

Das Netzwerk Kulturtourismus wird durch den Tourismusverband Seenland Oder-Spree, die Landkreise Oder-Spree und Märkisch-Oderland sowie mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg (MWFK) gefördert.

(Weitere Informationen: <http://www.kulturtour-oder-spree.de>; Stand: 15.08.2017)

- **Handlungsfeld 3: Digitalisierung und Kommunikation**

Projektbeispiel 7

Digitalisierung analoger touristischer Touchpoints im Land Brandenburg

Projektpartner: TMB/Clustermanagement Tourismus, touristische Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, Tourist-Informationen, regionale Tourismusverbände, funktionale Partnerinnen und Partner, MWE

Das Ziel des vom Clustermanagement Tourismus und der TMB initiierten Projektes ist es, Leistungsträgerinnen und Leistungsträger bei der Digitalisierung ihrer Angebote und Gästekontaktpunkte (Touchpoints) zu unterstützen. Das Projekt wird bei Erstellung des Anforderungskatalogs von der Agentur netzvitamine GmbH begleitet. Ende 2017 erfolgt dann eine Ausschreibung zur Entwicklung von Softwarelösungen, mit der Daten der Informationsdatenbank DAMAS und der Veranstaltungsdatenbank gepaart mit Hinweisen seitens der Leistungsträgerinnen und Leistungsträger und anderen lokalbezogenen Informationen über geeignete Endgeräte (z.B. Infostelen, Touchscreens, Hotel-TV, Tablets im Zimmer, private Smartphones) ausgespielt werden können.

Als Grundlage für eine passgenaue Softwareentwicklung für die touristischen Belange in Brandenburg sind im Rahmen von Workshops (Fokusgruppensitzungen) zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Hotellerie, Freizeitbetrieben, Museen und Tourist-Informationen Nutzungsszenarien aufgestellt worden. Auch haben Informationsveranstaltungen für regionale Tourismusverbände, funktionale Partnerinnen und Partner und MWE stattgefunden. Ab Anfang 2018 soll die Software allen interessierten Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern zur Verfügung stehen und vor Ort eingesetzt werden können.

Projektbeispiel 8

Digitalisierung der Tourist-Information in Königs Wusterhausen (Dahme-Seenland) im Rahmen des Projektes „Die Zukunft der Tourist-Informationen“ (siehe Projektbeispiel 16)

Projektpartner: Tourismusverband Dahme-Seen e.V., Stadt Königs Wusterhausen, Landkreis Dahme-Spreewald, RVS Regionale Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald mbH, TMB/Clustermanagement Tourismus

Das Digitalisierung-Projekt der am Bahnhof von Königs Wusterhausen gelegenen Tourist-Information ist ein Teilprojekt eines Projektes des Clustermanagements Tourismus zur Modernisierung von Tourist-Informationen im Land Brandenburg. Zielsetzung ist die Profilierung der Tourist-Information als analoge und digitale „Ausflugszentrale“ für Berliner Gäste im Dahme-Seenland. Als Schlüsselfaktoren für die Inspiration sowie die Umsetzungsplanung und -begleitung von Ausflügen und Kurzreisen gelten folgende Aspekte:

- die Analyse der (digitalen) Markenkontaktpunkte der Ausflüglerinnen und Ausflügler in Form einer sogenannten Customer Journey-Map,
- ein zentrales Informationsmanagement und eine Content-Strategie,
- die Identifizierung der digitalen und analogen Kanäle für eine nahtlose Customer Journey,
- die Digitalisierung der Tourist-Information als vernetzter Raum der Kommunikation.

Vorgeschlagene Maßnahmen sind z. B.:

- digitale und analoge Rundum-sorglos-Pakete für Ausflüglerinnen und Ausflügler, wie eine digitale Ausflugsmappe, eine analoge „Schöner-Tag-Box“,
- die Ausrichtung des Shopangebotes auf nützliche „Ausflugsutensilien“,
- die Modularisierung des Contents nach Gästeinteressen und -wünschen,

- die Präsenz auf den populärsten digitalen Ausflugsplattformen der Hauptstädterinnen und Hauptstädter sowie in den entsprechenden Apps,
- Tablets oder andere digitale Instrumente in der Tourist-Information zur spontanen Ausflugsplanung, die auch in der Gästeberatung genutzt werden können,
- sowie ein Screen (digitales Plakat) zur Inspiration und Präsentation von Highlights und Tages-/Wochenendtipps.

(Quelle: TMB/Clustermanagement Tourismus 2017: Die Zukunft der Tourist-Informationen – Ein Leitfaden für Brandenburg, 58f., Downloadmöglichkeit des Leitfadens (Stand: 15.08.2017): http://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/wp-content/uploads/2017/02/Studie_Zukunft_der_TI.pdf)

Projektbeispiel 9

Internetplattform „Tourismusnetzwerk Brandenburg“

Projektpartner: TMB mit Clustermanagement Tourismus und Tourismusakademie Brandenburg, touristische Akteurinnen und Akteure in Brandenburg

Zielsetzung des „Tourismusnetzwerkes Brandenburg“ ist eine stärkere Vernetzung aller touristischen Akteurinnen und Akteure in Brandenburg zu Informations-, Kommunikations- und Qualifizierungszwecken. Das Tourismusnetzwerk besteht aus vier Hauptsäulen:

1. Information: Aktuelles/News, Gemeinsamer Newsletter, Veranstaltungskalender, Marktforschung, Förderprogramme, Zertifizierung/Labels, Zahlen-Daten-Fakten, Studien/Leitfäden
2. Kommunikation: Nutzerkonto, Direktnachrichten, Projektbörse, Projekträume, Praktika/Abschlussarbeiten
3. Qualifikation: Weiterbildungsangebote, Seminarbuchung, E-Learning
4. Umsetzung und Weiterentwicklung der LTK: Hilfestellungen bei der Umsetzung, Strategieentwicklung, Monitoring

Integraler Bestandteil der gemeinsamen Plattform ist eine Datenbank zu abgeschlossenen, laufenden und geplanten Projekten aller touristischen Akteurinnen und Akteure (Ministerien, TMB, Clustermanagement Tourismus, regionale Tourismusverbände, funktionalen Partnerinnen und Partner, Unternehmen u.a.). Dadurch sollen Innovationen, Kooperationen und stärkere Arbeitssteiligkeit in allen Handlungsfeldern der LTK gefördert und die Transparenz des gesamten Systems Tourismus erhöht werden.

(Weitere Informationen: <http://tourismusnetzwerk-brandenburg.de>; Stand: 15.08.2017)

- **Handlungsfeld 4: Infrastruktur und Mobilität**

Projektbeispiel 10

Knotenpunktwegweisung an Radrouten (Modellprojekt in der Region Prignitz)

Projektpartner: Tourismusverband Prignitz e.V., Landkreis Prignitz, Verein Regionalförderung Prignitzland e.V., LAG Storcheland Prignitz, LAG Ostprignitz-Ruppin, Kommunen, touristische Leistungsträgerinnen und Leistungsträger

Im Rahmen eines Modellprojektes entstand nach niederländischem Vorbild in der Prignitz in den Jahren 2011 und 2012 ein Radroutennetz von 475 Kilometern mit über 50 nummerierten Knotenpunkten. In begleitenden Marketingmaßnahmen wurde der Begriff „Radeln nach Zahlen“ geprägt. Zwischen 2012 und 2015 sind mit Hilfe von LEADER-Mitteln 68 weitere Knotenpunkte und zahlreiche Wegweisungen neu installiert worden. Auch erfolgte eine Ergänzung von Informationstafeln zu Angeboten touristischer Leistungsträgerinnen und Leistungsträger. Mittlerweile sind in der Prignitz 135 Knotenpunkte an Radwegen mit einer Gesamtlänge von 1.100 Kilometern zu finden. Seit 2014 beschäftigt der Tourismusverband Prignitz e.V. mit Unterstützung des Landkreises Prignitz eine Radwegekoordinatorin, die zusammen mit festen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern in jeder Kommune für das Qualitätsmanagement bei der Ausschilderung und Wegebeschaffenheit zuständig ist. Die Knotenpunktwegweisung nach dem Modell der Prignitz ist ein Best Practice-Beispiel von landesweiter Relevanz und wurde im Jahr 2013 mit dem Brandenburgischen Tourismuspreis ausgezeichnet. In den letzten Jahren ist das Konzept bereits auf die Reisegebiete Barnim, Havelland und Ruppiner Seenland übertragen worden. In weiteren Regionen Brandenburgs wird an der Einführung des Systems gearbeitet.

Projektbeispiel 11

Wassersportentwicklungsplan (wep4)

Projektpartner: MBJS, weitere Ressorts der Landesregierung, Wassersportverbände, TMB

Im Juli 2016 wurde der Wassersportentwicklungsplan (wep4) vom Kabinett beschlossen. Der Schwerpunkt der Fortschreibung des wep4 liegt auf der Infrastruktur für das Wasserwandern mit dem Ziel, die Routen und Reviere im Land zu vervollständigen und zur Verbesserung der Attraktivität der Gewässer für wassersportliche und wassertouristische Zwecke beizutragen.

Wesentliche Grundlage des wep4 war eine zuvor im Jahr 2014/15 durchgeführte Evaluierung des wep3. Mit dieser Evaluierung wurde einer Zielsetzung der LTK entsprochen, wonach als Basis für weitere Anstrengungen zur Sicherung und zum Ausbau der wassertouristischen Infrastruktur eine Bilanz über den Anlagenbestand der für Wassersport und Wassertourismus nutzbaren Gewässer im Land Brandenburg gezogen werden sollte. Hierzu wurde für das gesamte Land eine flächendeckende Bestandsaufnahme aller Wasserwanderplätze, von der Marina bis zum Kanurastplatz, durchgeführt. Darüber hinaus wurden die von Anlagenbetreibern, Kommunen und regionalen wassertouristischen Initiativen geplanten Vorhaben und Projekte erfasst.

Im wep4 werden die bisher verwendeten Begriffe für Wasserwanderplätze in eine neue, durch den Praxisleitfaden Wassertourismus in Deutschland eingeführte Terminologie überführt. Im Maßnahmenteil werden bezogen auf die einzelnen Wasserwander Routen und -reviere die noch zu ergänzenden Anlagen konkret benannt. Dabei wird auf einen Mindestbedarf für das Wasserwandern abgestellt, wobei Raum für die Realisierung zusätzlicher bzw. größerer Anlagen gelassen wird.

Zusammenfassend wird im wep4 ein Bedarf für einen Sportboothafen, 20 Wasserwanderplätze, 6 Sportbootanlegestellen, 22 Kanu-Biwak-/Zeltplätze und 72 Kanurastplätze formuliert sowie weitere Maßnahmen zur Sanierung und Ergänzung technischer Infrastruktur empfohlen (Schleusen, Bootsgassen, Bootstankstellen).

(Downloadmöglichkeit (Stand: 15.08.2017):

https://mbjs.brandenburg.de/media_fast/6288/final_wassersportentwicklungsplan.pdf

Projektbeispiel 12

Infrastrukturmaßnahmen im Rahmen des Naturschutzgroßprojektes Untere Havel

Projektpartner: Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU), Bundesregierung (BMUB/BfN), Land Brandenburg (MLUL), Land Sachsen-Anhalt, Biosphärenreservat Mittelelbe, Naturpark Westhavelland, LK Havelland, LK Stendal, Landnutzerinnen und Landnutzer, Bürgerinnen und Bürger, Verbände, Kommunen, u.a.

Als eines der bedeutsamsten Feuchtgebiete Mitteleuropas wird die Untere Havel durch verschiedene Renaturierungsmaßnahmen (z.B. Beseitigung von Uferdeckwerken und Rückbau von Uferverwallungen, Altarmbindung und Schaffung von Ufer- und Auenwäldern) so gestaltet, dass einerseits die europäische Wasserrahmenrichtlinie und die Maßgaben von Natura 2000 umgesetzt werden und andererseits eine touristisch attraktive Naturlandschaft entsteht. In dem 18.700 Hektar großen Projektgebiet mit 90 Kilometern Flusslauf sind naturschutzfachliche, verkehrliche, wasser- und landwirtschaftliche sowie erholungs- und tourismusbezogene Ansprüche unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren miteinander abgestimmt worden. Das Bundesamt für Naturschutz bezeichnet das Projekt der Renaturierung einer Bundeswasserstraße als „in dieser Dimension ohne vergleichbare Vorbilder und von beispielhafter und überregionaler Bedeutung“ (vgl. https://www.bfn.de/0203_havelniederung.html; Stand: 15.08.2017).

Die Finanzausstattung des Projektes umfasst ca. 25 Mio. EUR in zwei Phasen (2005-2008 Pflege- und Entwicklungsplanung/ 2009-2021 Umsetzung der Maßnahmen). Es wurden zahlreiche flankierende Maßnahmen umgesetzt, teilweise auch über andere Fördertöpfe oder aus Spenden finanziert, die der regionalen Entwicklung und vorrangig dem Tourismus zu Gute kamen. Dazu zählen u.a. diverse Altarmbindungen, wodurch auch die Anbindung an dörfliche Strukturen ermöglicht wurde oder aber die Schaffung neuer Badestellen durch Uferdeckwerksentnahme.

Projektbeispiel 13

Veranstaltungsreihe „Nahverkehr und Tourismus“

Projektpartner: MIL, VBB, IHKs, Clustermanagement Tourismus

Seit 2011 führen MIL, VBB, die IHKs des Landes Brandenburg und das Clustermanagement Tourismus (seit 2013 Mitveranstalter) eine Fachveranstaltungsreihe zum Thema „Nahverkehr und Tourismus“ durch, die sich einer beständigen Anzahl von über 120 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erfreut. Folgende Themenbereiche standen bisher im Mittelpunkt:

- Erreichbarkeit touristischer Standorte
- Fahrradmitnahme im Schienenpersonennahverkehr (SPNV)
- Handbuch Nahverkehr und Tourismus
- Zukünftige Erreichbarkeit Brandenburgs für Tagesausflügler und Urlauber
- Digital. Grenzenlos. Chancenreich.
- Mobil und barrierefrei – hilfreich für alle
- Innovation. Mobilität. Erlebnis.

Die Fachveranstaltungsreihe wird in den kommenden Jahren fortgeführt.

(Downloadmöglichkeiten zu den bisherigen Programmen und Vorträgen (Stand: 15.08.2017):

<http://www.vbb.de/de/article/wissenswertes/planen-fuer-die-zukunft/veranstaltung-nahverkehr-und-tourismus-2016/276588.html>)

Projektbeispiel 14

MORO Mobilitätsstrategie Wirtschaftsraum Spreewald

Projektpartner: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung , Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI), Energieregion Lausitz-Spreewald GmbH, Regionale Planungsgemeinschaft Lausitz-Spreewald, Biosphärenreservat Spreewald, Tourismusverband Spreewald e.V., Spreewaldverein e.V., Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH, Landkreise, Stadt Cottbus, regional ansässige Unternehmen

Im Rahmen des Aktionsprogramms „Modellvorhaben der Raumordnung“ (MORO) des BMVI wird mit dem Projekt einer Mobilitätsstrategie die Verbesserung der Mobilitätssituation im Wirtschaftsraum Spreewald angestrebt. Insbesondere der Tourismus als wichtigster Wirtschaftsfaktor im Spreewald ist auf eine gute Anbindung der Region an die überregionale Verkehrsinfrastruktur sowie eine gute innere Vernetzung angewiesen. Tourismusbezogene Teilzielsetzungen des Projektes sind eine Attraktivitätssteigerung des ÖPNV in Verbindung mit dem Einsatz alternativer Bedienformen und neuen Technologien sowie die Fachkräftesicherung in der Tourismusbranche durch bessere Erreichbarkeit von Arbeits- und Ausbildungsstätten.

An der Kick-off-Veranstaltung im November 2016 haben über 80 Personen teilgenommen, um sich über die Mobilitätssituation im Spreewald und überregionale Projekte zu informieren. Auf der Basis von Analyseergebnissen hat der Lenkungskreis des Modellvorhabens die Umsetzung der folgenden drei Maßnahmen beschlossen: Entwicklung eines Gästetickets/einer Gästecard Spreewald, Verbesserung des landkreisübergreifenden ÖPNV, Auszubildendenmobilität.

(Quelle: <http://energieregion-lausitz.de/de/fachforen/forum-laendliche-entwicklung-klimaschutz/ausgewaehlte-einzelvorhaben/moro-mobilitaetsstrategie-spreewald.html>; Stand: 15.08.2017)

Projektbeispiel 15

E-Mobil im Barnim

Projektpartner: LAG Barnim e.V., MLUL, Kommunen des Landkreises Barnim

Für die Etablierung einer klimafreundlichen Mobilität im Landkreis Barnim ist im Auftrag der LAG Barnim ein Konzept zum Aufbau einer zukunftsorientierten, verlässlichen Ladeinfrastruktur für elektrisch betriebene PKW und Fahrräder erarbeitet worden. Das vorliegende Konzept ist ein besonderes Beispiel für Daseinsvorsorge und Klimaschutz im ländlichen Raum. Die darin empfohlenen Maßnahmen erzielen positive Effekte auf den Tourismus in der Region, haben eine hohe Anreizwirkung für eine nachhaltige Alltagsmobilität und profilieren den Barnim als innovative, zukunftsfähige ländliche Region vor den Toren Berlins.

Es konnten 99 Standorte für Ladeinfrastruktur identifiziert werden. Priorisierte Standorte sind in vielen Fällen ÖPNV-Stationen, Stadtzentren und touristische Attraktionen.

Die empfohlenen Maßnahmen werden von den Kommunen des LK Barnim unter Zuhilfenahme der LEADER-Förderung und weiterer Fördermöglichkeiten durch Bund und EU seit 2016 umgesetzt.

(Quelle: Ländliche Heimvolkshochschule am Seddiner See e.V. (Hg.) 2007: Zukunft Gestalten Regional: Leader in Brandenburg 2014-2020)

Projektbeispiel 16

Projekt „Die Zukunft der Tourist-Informationen“

Projektpartner: TMB/Clustermanagement Tourismus, Tourist-Informationen, MWE

Basierend auf einer Bestandsaufnahme der ermittelten 175 Brandenburgischen Tourist-Informationen sowie zukünftiger Managementherausforderungen angesichts abzusehender Entwicklungen und Trends ist ein Leitfaden entstanden, der eine Reihe praxisorientierter Handlungsempfehlungen enthält. Für sechs Standorte wurden zudem Pilotkonzepte entwickelt.

In enger Anlehnung an die Systematik der LTK sind für den Leitfaden die folgenden fünf Handlungsfelder aufgestellt worden:

- Starker, innovativer Dienstleister für Gäste, Einwohnerinnen/Einwohner und Kommunen: Budget, Organisation und Personal; interne Qualitätssicherung und Innovationsmanagement; Binnenmarketing
- Organisation und Kooperation: Kooperationen mit anderen Tourist-Informationen, Tourismusorganisationen und Leistungsträgerinnen/Leistungsträgern
- Digitalisierung und Kommunikation: Infrastruktur und Ausstattung; Gästekommunikation; Qualifizierung des Personals; digitales Controlling und Prozessoptimierung
- Ausstattung und Raumentwicklung: Layoutplanung und Raumkonzepte
- Marke, Produkte- und Themenorientierung: Markenführung und Profilierung

Als Pilotkonzept für das Handlungsfeld „Digitalisierung und Kommunikation“ enthält der Leitfaden das Digitalisierungsprojekt der Tourist-Information in Königs Wusterhausen (Dahme-Seenland), das auch im vorliegenden Bericht vorgestellt wird (*siehe Kapitel 3.3, Projektbeispiel 8*).

Tourist-Informationen erhalten bei der Anwendung des Leitfadens Unterstützung seitens der TMB und des Clustermanagements Tourismus. Zum Auftakt eines landesweiten Erfahrungsaustauschs der Tourist-Informationen ist im Juli 2017 ein Treffen von rund 20 Tourist-Informationen aus allen Reiseregionen Brandenburgs organisiert worden, um Themen für Austauschrunden zu sammeln, die zukünftig zweimal jährlich an wechselnden Orten stattfinden sollen. Auch ist eine Begleitung des Projekts mit GRW-I Fördermitteln (MWE) geplant.

(Downloadmöglichkeit des Leitfadens (Stand: 15.08.2017): http://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/wp-content/uploads/2017/02/Studie_Zukunft_der_TI.pdf)

- Handlungsfelder 5 und 6: Wertschöpfende Produkte, Fokussierung Zielgruppen und Märkte

Projektbeispiel 17: Produktworkshops mit Leistungsträgerinnen und -trägern in der Stadt Potsdam

Projektpartner: Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG), Stadt Potsdam, Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG) e.V., touristische Leistungsträgerinnen und Leistungsträger

Zur Weiterentwicklung touristischer Angebote im Kulturbereich führt die PMSG gemeinsam mit der Stadt Potsdam, SPSG und touristischen Leistungsträgerinnen und -trägern Produktworkshops durch. Wichtige Themen sind die Gestaltung von Führungen und die Steigerung der Erlebnisqualität an kulturellen Orten, z.B. durch den Einsatz von Multimedia, thematische Ausstellungen, Hands-on-Exponate oder Edutainment. Integraler Bestandteil der Angebotsentwicklung sind digitale Medien (Apps, Augmented Reality), z.B. in Form von virtuellen Themenrouten. Die Workshops beschäftigen sich auch mit der Planung von Ausstellungen und Veranstaltungen, insbesondere der Etablierung von neuen Veranstaltungsformaten und Wechselausstellungen sowie der Durchführung von Sonderveranstaltungen (Tagungen, Präsentationen, Empfänge) und Festen in historischen Quartieren.

Projektbeispiel 18: Marketingkampagne zur Urlaubswelt „Wasser entdecken“ (2018)

Projektpartner: TMB, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) e.V.;
Beteiligungsmöglichkeiten für Regionen, Reviere, Leistungsträgerinnen/-träger, u.a.

Für Mitte 2018 planen TMB und TMV unter dem Arbeitstitel „Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern – Deutschlands Wasserparadies“ die Durchführung einer Marketingkampagne zur Erlebniswelt „Wasser entdecken“. Diese knüpft an das Projekt „Das Blaue Paradies“ an, das der gemeinsamen Bewerbung und Produktentwicklung des europaweit größten vernetzten Wasservereiers diene (vgl. <http://www.das-blaue-paradies.de>), auf Grund der neuen Markenstrategien beider Länder jedoch anzupassen ist.

Die Kampagne hat die Zielsetzung, sich mit diesem Thema im Wettbewerb gegenüber anderen deutschen Destinationen als konkurrenzlos zu profilieren. Im Fokus der Kampagne steht Urlaub auf und am Wasser, insbesondere mit dem Haus- oder Motorboot, auf dem Floß und Segeln inkl. landseitiger Angebote. Als umworbene Quellmärkte werden Baden-Württemberg mit dem Großraum Stuttgart sowie Berlin anvisiert. Hauptzielgruppen der Urlaubswelt „Wasser entdecken“ sind „Gesellige Familien“, „Genussorientierte Natururlauberinnen und -urlauber“ und „Eventorientierte Smartshopper“. Für Regionen, Reviere, Leistungsträgerinnen/-träger, u.a. bestehen verschiedene Möglichkeiten zur Beteiligung an einzelnen Marketingaktivitäten.

Projektbeispiel 19: fontane.200 (2019)

Projektpartner: Fontanebüro (Brandenburgische Gesellschaft für Kultur und Geschichte), Fontanestadt Neuruppin, Kulturland Brandenburg, Universität Potsdam, TMB, DZT, u.a.

2019 feiert das Land Brandenburg den 200. Geburtstag Theodor Fontanes. Unter dem Motto „fontane.200“ würdigt das Land seinen großen Autor mit einem umfangreichen Veranstaltungsprogramm. Zentrum der Aktivitäten wird die Fontanestadt Neuruppin sein, wobei es eine Vielzahl an weiteren Angeboten und Veranstaltungen im Land Brandenburg geben wird.

„fontane.200“ besteht aus sechs Programmsäulen:

- Leitausstellung „fontane.200/Autor“ im Museum Neuruppin

- „fontane.200/Brandenburg“ mit einer Ausstellung im Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte, Potsdam
- Jahreskampagne Kulturland Brandenburg „fontane.200/Spuren“
- Örtliches Programm der Fontanestadt Neuruppin als zentraler Ort
- Jugendprojekt „fontane.200/Lab“ in Neuruppin
- Wissenschaftliche Aktivitäten der Universität Potsdam und des Fontanearchivs

Für die Koordinierung der Fontaneaktivitäten ist das Fontanebüro unter Trägerschaft der Brandenburgischen Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH zuständig.

Das Fontane-Jubiläum ist in 2019 neben „100 Jahre Bauhaus“ Bestandteil einer der Themenkampagnen der Deutschen Zentrale für Tourismus.

Die TMB wird das Jubiläum im Rahmen einer Jahreskampagne zur Urlaubswelt „Kultur erleben“ in 2019 vermarkten. In Vorbereitung ist bereits die Produktentwicklung mit beteiligten Partnerinnen und Partnern, wie der Brandenburgischen Gesellschaft für Kultur und Geschichte gGmbH (Fontanebüro), der Stadt Neuruppin und weiteren Akteurinnen und Akteuren.

Projektbeispiel 20

Ausgewählte „Brandenburg-Produkte“ in Nationalen Naturlandschaften

Projektpartner: Verwaltungen von Großschutzgebieten, lokale Unternehmen, LAGs, MLUL

Vom MLUL finanzierte Großschutzgebietsverwaltungen (Nationale Naturlandschaften) und LAGs haben zusammen mit lokalen Unternehmen einige touristische Produkte entwickelt, die regionstypische und naturbezogene Besonderheiten Brandenburgs transportieren und so „Landlust erleben“ umsetzen und den Markenwert „natürlich“ der Tourismusmarke Brandenburg erlebbar machen. Beispiele für solche wertschöpfenden Produkte sind:

- „Grumsin-Paket“ eines vom Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin zertifizierten Natur- und Landschaftsführers in Kooperation mit dem Landwirtschaftsbetrieb Gut Kerkow und der Grumsiner Brennerei (Ideen-Sonderpreis des Uckermärkischen Tourismuspreises 2017): 2,5-stündige Führung durch UNESCO-Weltnaturerbe „Alte Buchenwälder Deutschlands“, Imbiss im Gut Kerkow, 2-stündige Führung durch die Grumsiner Brennerei; umweltfreundliche An- und Abreise mit BiberBus möglich
- „Regional-Regal“ im Naturpark Märkische Schweiz: Holzregale mit biologisch erzeugten oder aus der Natur gewonnenen Produkten des Genussreichs Märkische Schweiz zur Aufstellung in Hofläden, Hotels, Gastronomie und Kliniken
- Pauschalreise „Heideerlebnis für die Sinne“ im Naturpark Niederlausitzer Heidelandschaft: Pauschalreise mit zwei Übernachtungen und Frühstück, einer meditativen Wanderung in die Heide, einem Heidemenü und einem abendlichen Lagerfeuer mit Heidebrotbacken
- „Offene Höfe in der Nuthe-Nieplitz-Region“: zweimal jährlich stattfindende Tage der Offenen Tür eines Netzwerkes aus über 20 Höfen in Kooperation mit dem Naturpark Nuthe Nieplitz, der LAG Rund um die Fläming-Skate e.V. und der LAG Fläminghavel e.V.; vom Besucherzentrum des Naturparks organisierte Bustouren zum Tag der Offenen Tür

(Weitere Informationen: <http://www.natur-brandenburg.de>; Stand: 15.08.2017)

Projektbeispiel 21: Luther Pass

Projektpartner: Landkreis Elbe-Elster/Tourismusverband Elbe-Elster e.V., Städte Wittenberg (Sachsen-Anhalt), Torgau (Sachsen) und Jüterbog (Landkreis Teltow-Fläming), ortsansässige Unternehmen

Der vom Landkreis Elbe-Elster initiierte Luther Pass enthält Kurzbeschreibungen zu den

Reformationsstätten in den acht am Projekt teilnehmenden Städten in Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Sachsen (Jüterbog, Lutherstadt Wittenberg, Herzberg/Elster, Bad Liebenwerda, Torgau, Doberlug-Kirchhain, Mühlberg/Elbe, Finsterwalde). Der Luther Pass ist in seinem Format an einen echten Reisepass angelehnt (z.B. mit Platz für Namen und Foto des Besitzers auf der ersten Seite) und ist per Post sowie an Ausgabestellen in den Regionen und überregional in Berlin, Leipzig, Dresden und anderen Städten erhältlich.

In allen teilnehmenden Städten können sich Gäste als Andenken einen ortstypischen Stempel in ihren Pass machen lassen. Auch beteiligen sich ortsansässige Unternehmen als „Pass-Paten“ oder „Marken-Paten“ an dem Projekt. „Pass-Paten“ gewähren den Passinhaberinnen und -inhabern besondere Vergünstigungen (z.B. in der Gastronomie oder bei Eintrittsgebühren), während „Marken-Paten“ eigene, mit dem Luther Pass-Label versehene Produkte – zumeist Lebensmittel – verkaufen. Dadurch werden über die typische Tourismuswirtschaft hinaus Wertschöpfungsimpulse in anderen Wirtschaftsbereichen gesetzt. Derzeit gibt es 13 „Marken-Paten“ und 27 „Pass-Paten“ (Stand: 15.08.2017).

Der Luther Pass hat auf der internationalen Tourismusmesse ITB Berlin 2017 den Marketing Award des Ostdeutschen Sparkassenverbandes gewonnen.

(Weitere Informationen: <http://www.lutherpass.de>; Stand: 15.08.2017)

Projektbeispiel 22: Vermarktung überregionaler Rad- und Wanderrouten zur Reformation durch den Tourismusverband Fläming e.V.

Projektpartner: Tourismusverband Fläming e.V., WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V. (Sachsen-Anhalt), Kirchengemeinde St. Nikolai Jüterbog, Tourismusverband Elbe-Elster e.V., u.a.

Zusammen mit dem regionalen Tourismusverband WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V. hat der Tourismusverband Fläming e.V. eine Rundtour „Rad und Reformation“ konzipiert. Die 295 Kilometer lange Tour von Berlin nach Lutherstadt Wittenberg und Dessau-Roßlau führt an Reformationsstätten im Fläming vorbei. Radtouristinnen und Radtouristen werden 20 Streckenstopps im Fläming und 14 Streckenstopps in der sachsen-anhaltinischen Partnerregion vorgeschlagen.

Zudem bewirbt der Tourismusverband Fläming e.V. auf seiner Internetseite das kirchliche Projekt „Luther-Tetzel-Weg“ (41,5 km; von Jüterbog nach Lutherstadt Wittenberg) und die Kulturroute „Reformation an Elbe und Elster“ (150 km; von Herzberg/Elster nach Lutherstadt Wittenberg) des benachbarten Tourismusverbandes Elbe-Elster e.V.. Dabei werden jeweils Links zu den Webseiten der Organisatorinnen und Organisatoren angeboten.

(Weitere Informationen: <http://www.reiseregion-flaeming.de>; <http://www.luther-tetzel-weg.de>; <http://www.anhalt-dessau-wittenberg.de>; <http://www.elbe-elster-land.de/de/radwandern/radroute-reformation.html>; Stand: 15.08.2017)

Projektbeispiel 23

Profilierung und Zertifizierung der Uckermark als „Nachhaltiges Reiseziel“

Projektpartner: Tourismusverband Uckermark e.V., tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE), touristischer Nachhaltigkeitsbeirat, Netzwerkpartner „Ferien fürs Klima“, lokale Tourismusvereine, Partnerinnen und Partner der Nationalen Naturlandschaften, TourCert, LAG Uckermark e.V., MLUL

Die Reiseregion Uckermark richtet sich seit 2011 stark an den Grundsätzen einer nachhaltigen Entwicklung aus. In Kooperation mit der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE) wurden zwischen 2011 und 2013 im Rahmen des Projektes „Innovationsnetzwerk Klimaanpassung Berlin-Brandenburg“ (INKA BB) in der Uckermark modellhafte Strategien für ein

klimaangepasstes Management touristischer Leistungsträgerinnen/Leistungsträger und Destinationsmanagementorganisationen entwickelt. Dadurch entstand das Partnernetzwerk „Ferien für Klima“, in dem derzeit 27 Akteurinnen und Akteure zusammengeschlossen sind, die ihren Gästen klimafreundliche Urlaubsangebote unterbreiten (vgl. <http://www.tourismus-uckermark.de/de/die-uckermark/ferien-fuers-klima>; Stand: 15.08.2017). Für ihr Nachhaltigkeitsengagement wurde die Uckermark 2013 bei dem vom Bundesumweltministerium, dem Bundesamt für Naturschutz und dem Deutschen Tourismusverband e.V. ausgetragenen „Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen“ als Siegerregion ausgezeichnet. Seit 2014 verfügt die Uckermark über ein touristisches Nachhaltigkeitsleitbild. Auch hat der Tourismusverband Uckermark e.V. 2015 einen touristischen Nachhaltigkeitsbeirat mit Vertretern aus Wirtschaft, Naturschutz und Verwaltung installiert.

Derzeit findet im Rahmen eines mit LEADER-Mitteln geförderten Projektes ein Schulungsprozess für alle touristischen Akteurinnen und Akteure statt. Auf Basis des Nachhaltigkeitsleitbildes und einer touristischen Bestandsaufnahme sind die Zielsetzungen eines Verbesserungsprogrammes festgelegt worden, an dessen Ende die TourCert-Zertifizierung der Region als „Nachhaltiges Reiseziel“ steht (vgl. <http://www.tourcert.org/de/tourcert-zertifizierung/tourcert-fuer-destinationen.html>; Stand: 15.08.2017). Der Zertifizierungsprozess soll bis zum Frühjahr 2018 abgeschlossen sein.

Projektbeispiel 24

Potenzialstudie Gesundheitstourismus

Projektpartner: MWE, MASGF, TMB/Clustermanagement Tourismus, Netzwerk Wellness-tourismus

Im Rahmen des Clusters Gesundheitswirtschaft Berlin-Brandenburg hat das MWE eine Studie in Auftrag gegeben, in der die Ausgangssituation Brandenburgs im Gesundheitstourismus analysiert und daraus resultierende Potenziale, Erfolgsfaktoren und Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Die Erstellung der Studie ist von einer Steuerungsgruppe aus Vertretern von MWE, MASGF, TMB, Clustermanagement Tourismus und Netzwerk Wellness-tourismus begleitet worden. Parallel dazu ist eine Studie für den internationalen Medizintourismus in Berlin entstanden.

In der Potenzialstudie empfehlen die Gutachter eine Fokussierung auf die Themen „Entspannung“ (Wellness & Mentale Regeneration/Entspannungstechniken) und „Bewegung“ (Erholungsorientierte Bewegung, Fitness, Leistungssteigerung, Bewegungsapparat). Die Basis einer Marktpositionierung mit diesen beiden Themensäulen bilden die Elemente „Natur“, „Wasser“ und „Weite“. Somit sind die naturräumliche Ausstattung des Landes Brandenburg, seine Aktivinfrastruktur, seine Wellness-hotels und seine Heilbäder und Kurorte zentrale Angebotsfaktoren.

Um die gesundheitstouristischen Chancen in Brandenburg zu nutzen und umzusetzen, wurde im Nachgang der Studie ein Wettbewerb ausgelobt, bei dem sich Orte, Regionen bzw. Unternehmen als sogenannte „Kristallisationspunkte“ bewerben konnten. Insgesamt sind elf Wettbewerbsbeiträge eingereicht worden, die allesamt gute Potenziale und Ansatzpunkte für die Entwicklung des Gesundheitstourismus in Brandenburg aufzeigen. Eine unabhängige Jury hat sich für die Prämierung der folgenden fünf Projekte ausgesprochen, die von einem maßgeschneiderten Workshop und einem Entwicklungskonzept für ihren Standort profitieren werden:

- Angermünde – Staatlich anerkannter Erholungsort
- Burg im Spreewald – Kompetenzzentrum für Gesundheit und Prävention
- Neubeeren – Reit- und Therapiezentrum
- Neuruppin – Gesundheitsregion Ostprignitz-Ruppin
- Templin – Familienorientiertes Thermalsoleheilbad

Erkenntnisse und praktische Ansätze, die die Fachberater aus der Zusammenarbeit mit diesen

Kristallisationspunkten ziehen, fließen in einen Praxisleitfaden ein, der eine hilfreiche Unterstützung für andere Regionen bzw. Orte in Brandenburg auf dem Weg zur gesundheitstouristischen Destination sein soll. Öffentlich vorgestellt wird der Leitfaden im Dezember 2017.

(Downloadmöglichkeit der Studie (Stand: 15.08.2017):

<http://www.healthcapital.de/uploads/media/potenzialstudie-zum-gesundheitstourismus-in-brandenburg-und-berlin-1556.pdf>