



EUROPAISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des
ländlichen Raums



LAND
BRANDENBURG
Ministerium für Ländliche
Entwicklung, Umwelt und
Landwirtschaft



LAG Oderland



LAG Märkische Seen e.V.
LOKALE AKTIONSGRUPPE



Seenland
Oder-Spree

tourismus plan
Netzwerk für innovative Lösungen



Eberswalde, 10.04.2024

Erlebnisraumentwicklung Seenland Oder -Spree

Regionaltreffen „Nordost“

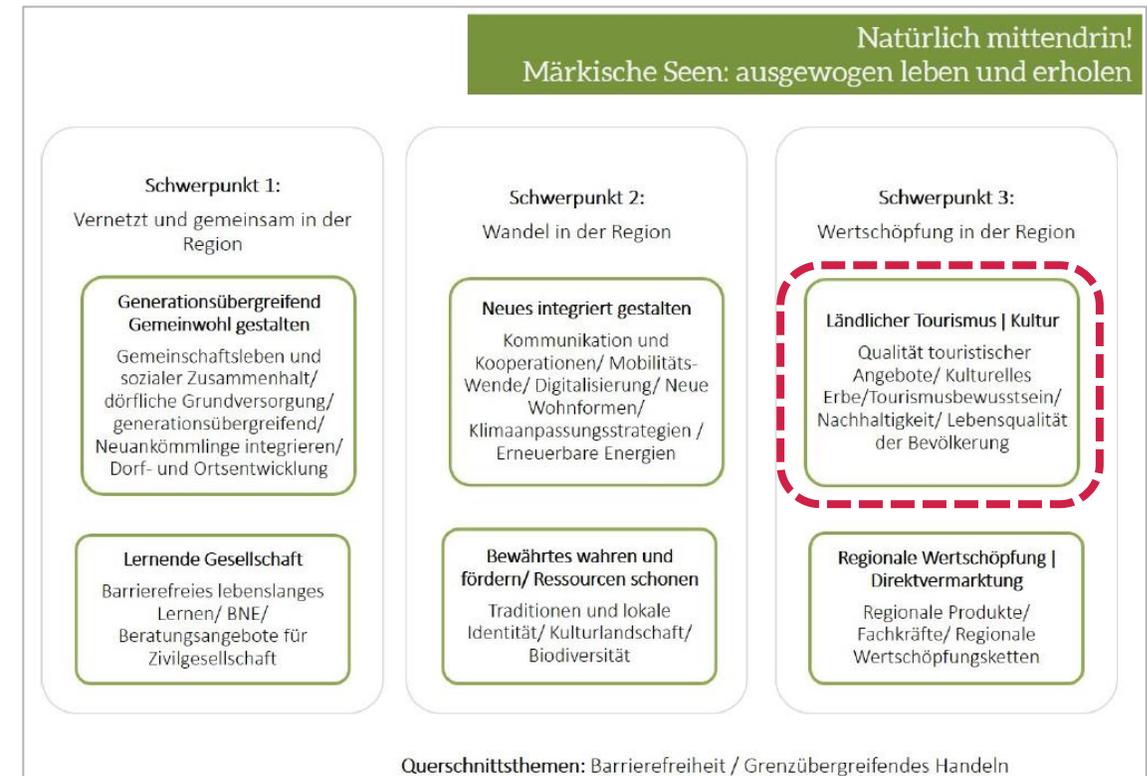
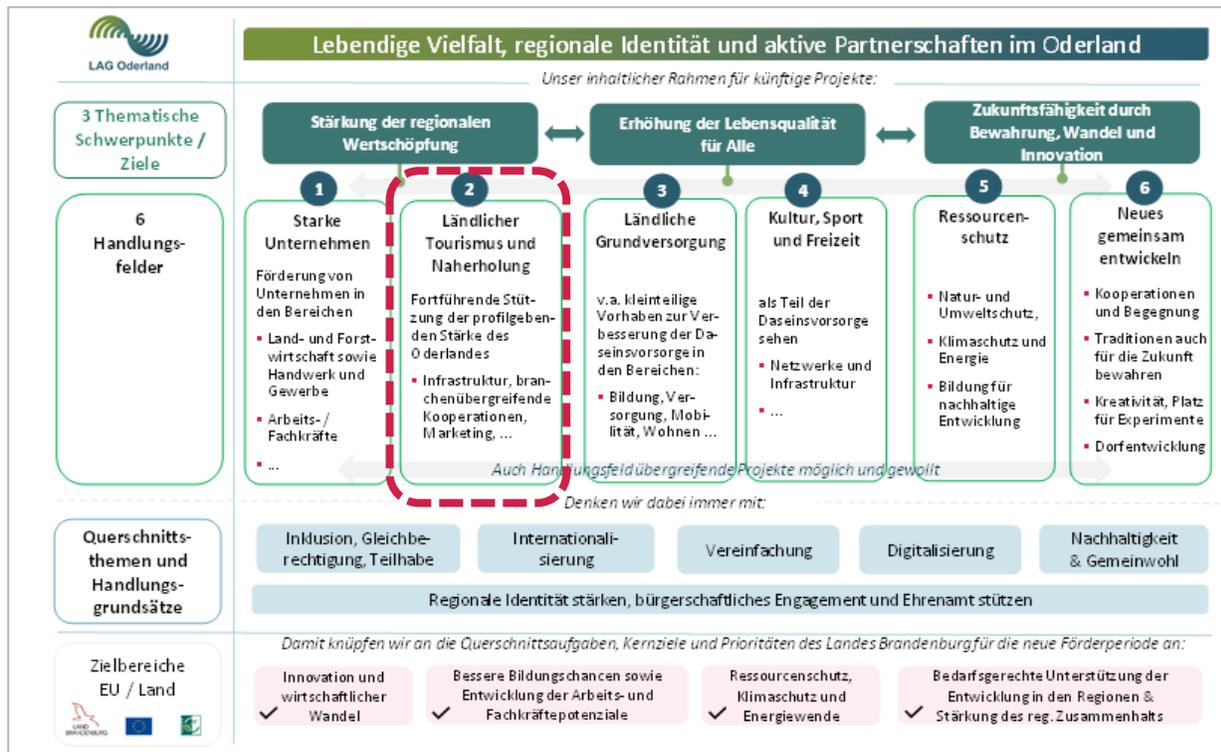
Das stellen wir Ihnen heute vor!

- 1 Ausgangssituation, Zielstellung und Vorgehen
- 2 Warum Erlebnisraumdesign?
- 3 Gestaltungsrichtlinien Seenland Oder-Spree: Blick in die Werkstatt
- 4 Geschichte der Erlebnisräumen und Routen - Beispiele
- 5 Produktentwicklung und Umsetzung

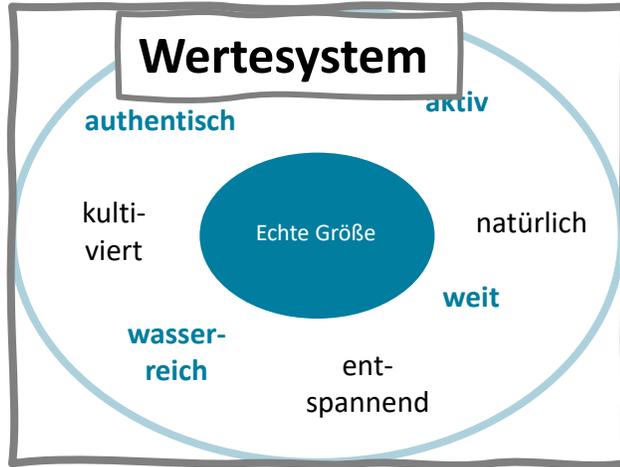
Grundlagen für die Erlebnisraumentwicklung: Regionale Entwicklungskonzepte

Regionale Entwicklungsstrategie der LAG Oderland e.V. 2023 - 2027

Regionale Entwicklungsstrategie der LAG Märkische Seen e.V. 2023 - 2027



Umfangreiches strategisches System für das Seenland Oder-Spree



Markenkern: Unsere Leitgeschichte

Echte Größe ... formuliert als Essenz, wofür unsere Reise- und Lebensregion steht, wo unser Ursprung liegt und wo wir uns im Wettbewerb unterscheiden. Echte Größe gibt es so nur bei uns. Sie wird getragen durch eindeutige Bilder, Gefühle, die bei uns und den Gästen ausgelöst werden, durch Geschichten und Erlebnisse.

1 ✓ Ursprung und auch historischer Ausgangspunkt ist die Eiszeit mit ihren Gletschern, die das gesamte heutige Seenland bedeckten. Auf ihrem Rückzug haben diese ihre beeindruckenden Spuren hinterlassen:

- ✓ Wasser an jeder Ecke
- ✓ Aber auch Gipfelsteige

→ Diese zählen zu den Sehenswürdigkeiten der Region zu den Seen und Flüssen und den Wäldern und Wiesen.

Markenkern: Unsere Leitgeschichte



Festlegung von sieben Teilregionen mit individueller Prägung und 13 Premiumrouten

1 Bildungsbürger

Aufgeklärte Bildungselite, Kultur, Natur, Nachhaltigkeit, Genießer, Welttoffen

Bruno + Ulrike Kluge
Postmaterielle.

Kultur- + Naturliebhaber, Faszination für Neues, Hintergründe, Geschichte(n): Bildung, Kunst, Flora + Fauna, Stadt + Land, Kultur, Historie, Land und Leute, Parks und Gärten, Genuss...

FASZINATION. AURA. SEHNSUCHT

Klare Zielgruppen- definition

Die moderne, junge Mitte. Leben im Hier und Jetzt. Der moderne Mainstream.

Alexandra Fröhlich + Christian Neuhaus
Adaptiv-Pragmatische Mitte

Lifestyle, pragmatisch, aktiv, Rad als (gerne E-Bike), auch mal sportlich, gesellige Ausflüge an die Seen und entlang der Flüsse mit Kulinarik-Stops + Neuentdeckungen, Kanu, Angeln, Komfort und Unterhaltung

NEUGIER.

Ambitioniert, kreativ, mittendrin statt nur dabei: mental und geografisch mobile Trendsetter.

Lena Franke + Alejandro Gomez
Expeditive

Abenteuer, Spaß, „Wildnis“. Stadtlucht: raus- u. runterkommen; Körper + Geist spüren, Grenzen überschreiten, Wandern / Trekking / Rad (Gravelbike, Bikepacking) / Kanu, lonely trails, Glamping, take me to the lake, Freunde, Foodies

MIKROABENTEUER.

Infrastruktur: Wichtige Kontaktpunkte der Marke Seenland Oder-Spree bei Gästen und Naherholern.

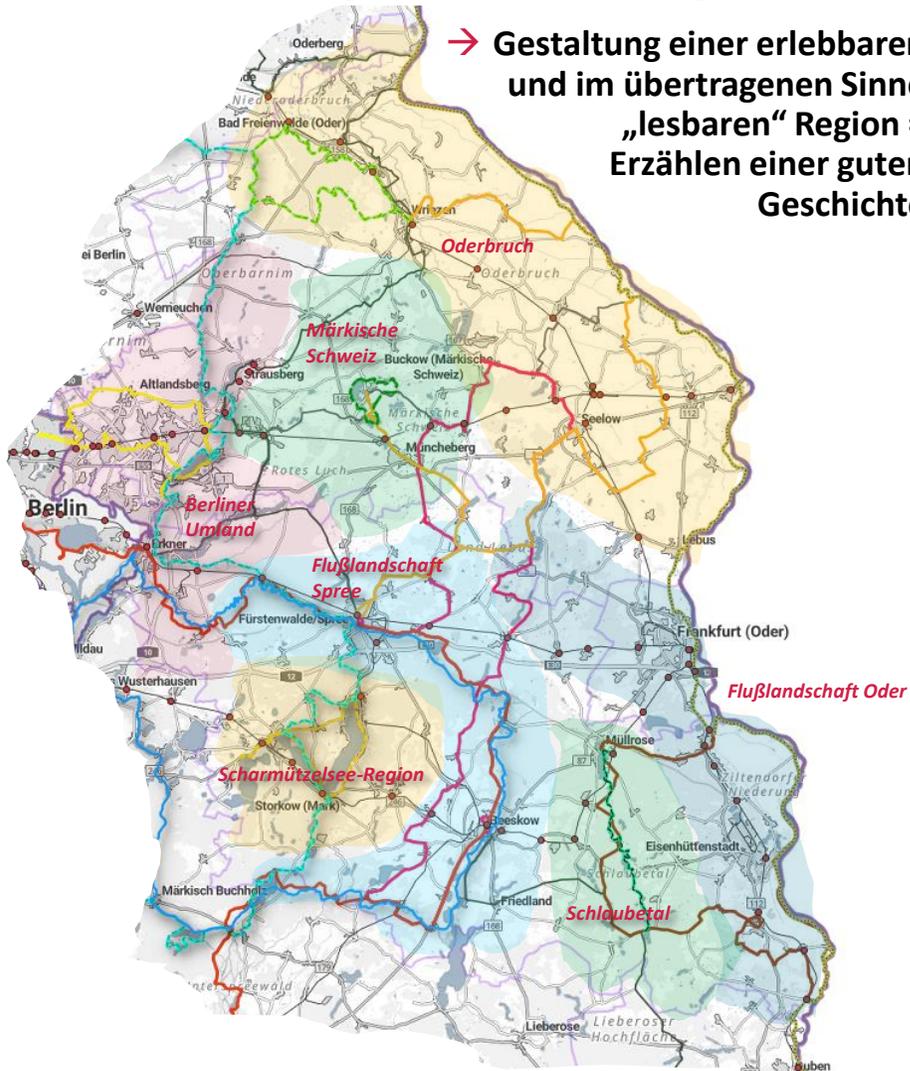
- Es gibt „in der Fläche“ noch kein einheitliches Erscheinungsbild, sondern „Wildwuchs“.
- Das Seenland wird noch nicht als eine einheitliche Region wahrgenommen.
- Auch ist noch nicht klar, welche Geschichten das Seenland, seine sieben Erlebnisräume und ihre Orte erzählen; die „Marke Seenland“ ist in der Fläche noch unzureichend sichtbar!
- Und: Die vorhandenen Wege sind meist noch Verbindungen von A nach B und damit austauschbar; sie bieten noch keinen Zugang zum Landschafts- und Kulturraum des Seenlands, seiner Räume und Orte an.
- Es werden noch zu wenig Emotionen hervorgerufen.



- Hier setzen wir mit dem Projekt „Erlebnisraumentwicklung Seenland Oder-Spree“ an

... dabei Erlebnisse und Emotionen erzeugen, keine Aneinanderreihung von Daten und Dingen.

→ Gestaltung einer erlebbaren und im übertragenen Sinne „lesbaren“ Region = Erzählen einer guten Geschichte



→ Erlebnisraumkonzept wird erarbeitet bis Ende 2024.

- Das Seenland wird „gestalterisch“ als ein Erlebnisraum definiert, wie auch seine sieben Teilregionen.
- Dazu werden sieben ausgewählte Premiumwege als Zugänge zu den Besonderheiten des Seenlands **pilothaft** genutzt.




Radwege

- Mönchstour (Erlebnisräume Flusslandschaft Oder und Schlaubetal)
- Adler trifft Zander (Erlebnisraum Scharmützelsee-Region)




Wanderwege

- Schlaubetal-Wanderweg (Erlebnisraum Schlaubetal)
- Oderlandweg / Gipfelstürmer (Erlebnisraum Oderbruch)
- Naturparkroute Märkische Schweiz (Erlebnisraum Märkische Schweiz)
- 66-Seen Wanderweg (Erlebnisraum Berliner Umland, Flusslandschaft Spree, Scharmützelsee-Region)




Wasserwandern

- Märkische Umfahrt / Spree: Neuendorfer See bis Erkner (Erlebnisräume Flusslandschaft Spree / Berliner Umland).

- Zwei Routen mit Detailplanung für die konkrete Umsetzung ...
- ... und mit den Akteuren vor Ort konzeptionell gestaltet (Geschichten, Infrastruktur, Erlebnisse...).

Die Projektergebnisse (z.B. Gestaltungsvorgaben für Informationsinfrastruktur) können bei weiteren Projekten auf Regions- und Ortsebene genutzt werden!

- Ausarbeitung von **Gestaltungsrichtlinien** für die Gesamtregion
 - Informationsdarstellung, wegebegleitende Infrastruktur
 - Anwendbar für **alle zukünftigen Initiativen**
- **Vorlagen für das Umsetzungsmanagement** und konkrete **Umsetzungshilfen** für Orte und Regionen → Handbücher, Checklisten für Bauanträge und Förderanträge.

Damit wollen wir

- ... **ab 2025 in die bauliche Umsetzung kommen**, indem z.B. Leader-Anträge generiert und andere **Fördermöglichkeiten** leichter genutzt werden,
- **Kooperationen** im Seenland und in den Teilregionen stärken und über Integration und Vernetzung von Angeboten **regionale Wertschöpfungsketten** ausbauen,
- ... diese und weitere Initiativen mit den neuen **Seenland-Scouts** des TVSOS unterstützen und insgesamt
- ... Begeisterung für neue Projekte wecken, die die Orte und Regionen selbst anstoßen und.



Gemeinsam an Lösungen arbeiten, gemeinsamen Nutzen schaffen.

- **Kernteam:** TV SOS mit Unterstützung von tpB



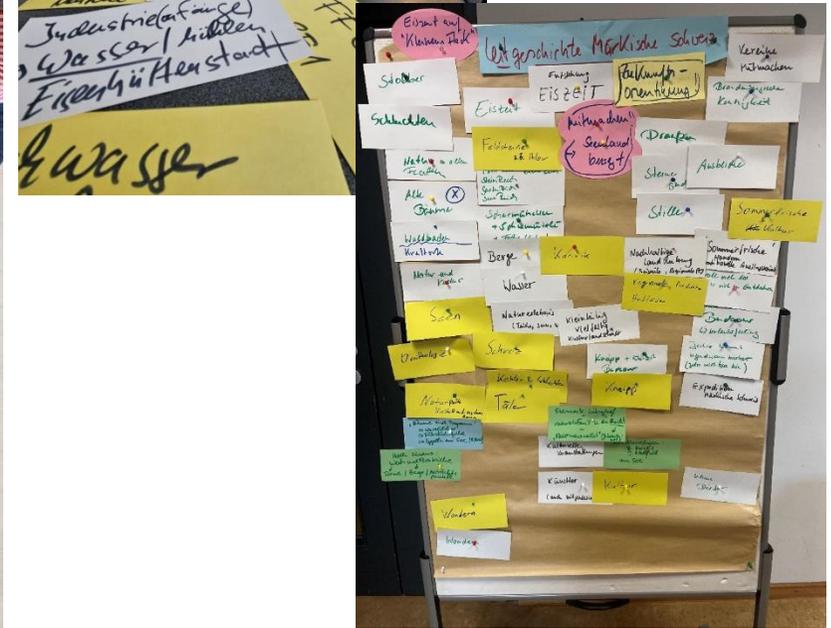
- **Steuerungsgruppe:** Auftraggeber LAG Oderland, LAG Märkische Seen, Kreise LOS, MOL etc.
- **Agile Kompetenz- und Projektteams:** aus den 7 Erlebnisräumen und zu den sieben Routen; inhaltliche Mitarbeit

- Zahlreiche *Veranstaltungen* in allen Arbeitsphasen mit einer breiten Teilnehmerschaft: Format wird Anforderungen angepasst
- **Experteneinbindung:**
 - Gestaltungsdesign-Agentur
 - Praxisbeispiele aus anderen Regionen
 - Exkursion in die Eifel
- Verschneidung mit anderen aktuellen Initiativen / Projekten (Birdwatching, Barrierefrei, slow trips ...)



etc. ...

Die Projekterarbeitung erfolgt grundsätzlich in agilen Projektteams.





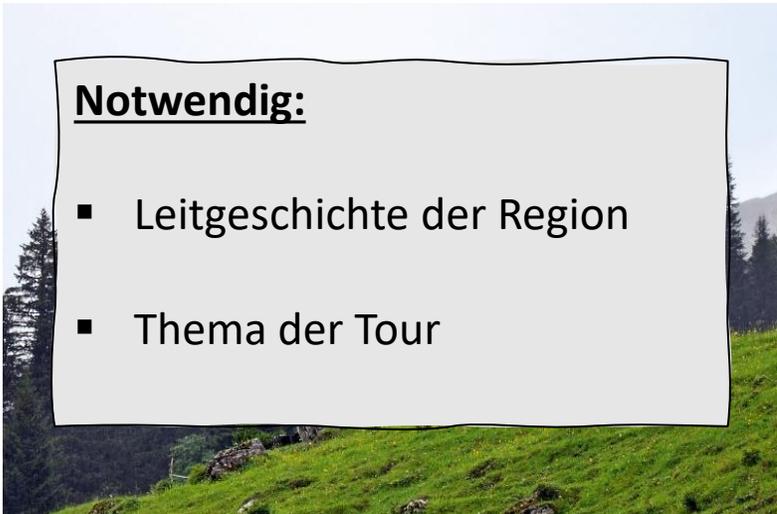
Warum Erlebnisraumdesign und was sind die wesentlichen Bestandteile?

Erlebnisraumdesign: Natur- und Kulturräume werden für die Freizeitnutzung auf vielfältige Weise inszeniert!

.... die Kunst des Erlebnisraumdesigns:

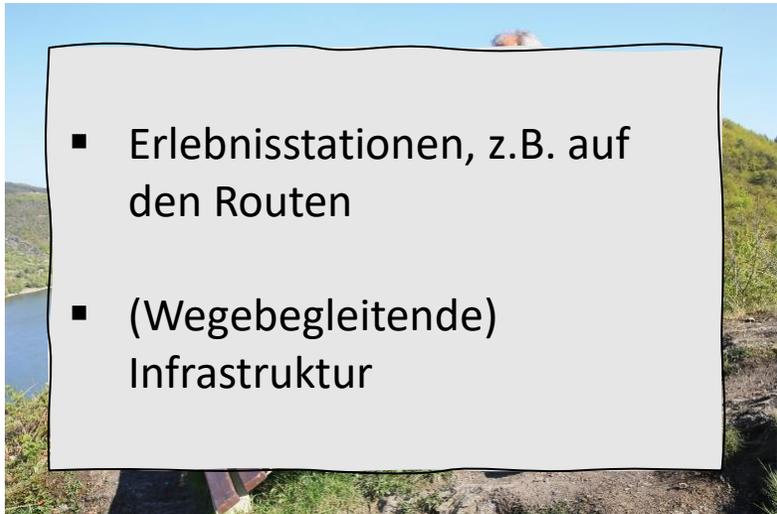
Die Besonderheiten der Natur und Kultur **ihre Geschichten selbst erzählen** zu lassen und dabei den Zauber, den Mythos der Landschaft für Neugierige und Entdeckungsfreudige öffnen ...

→ Dabei Wander-, Rad- und Wasserwege als Zugänge zum Natur- und Kultorraum „inszenieren“.



Notwendig:

- Leitgeschichte der Region
- Thema der Tour

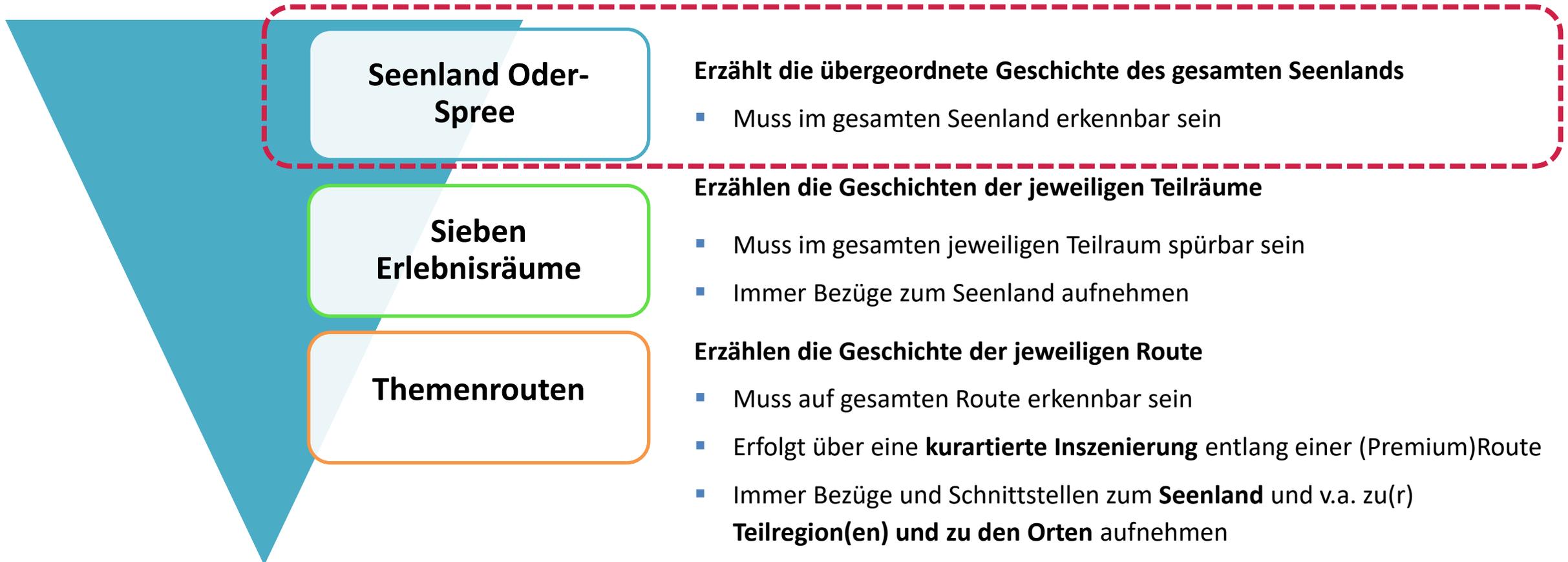
- 
- Erlebnisstationen, z.B. auf den Routen
 - (Wegebegleitende) Infrastruktur



Packendes Storytelling

- ✓ Erlebnisräume zeichnen sich dadurch aus, dass sie von ihren Nutzern einheitlich wahrgenommen werden. Sie haben ein inneres Bild des Raumes im Kopf.

Erlebnissräume sind vielschichtig: Drei Ebenen stehen im Seenland im Fokus, die zu verschneiden sind:



... formuliert als Essenz, wofür unsere Reise- und Lebensregion steht und womit wir uns im Wettbewerb unterscheiden. „Echte Größe, die bewegt“ gibt es so nur bei uns. Sie wird getragen durch eindeutige Bilder, Gefühle, die bei uns und den Gästen ausgelöst werden, durch Geschichten und Erlebnisse.

- ✓ Ursprung und auch historischer Ausgangspunkt ist die **Eiszeit** mit ihren Gletschern, die das gesamte heutige Seenland bedeckten. Auf ihrem Rückzug haben diese ihre beeindruckenden Spuren hinterlassen:
 - ✓ **Wasser, viel Wasser in allen Spielarten**, Ströme, Flüsse (die größten Brandenburgs!), Bäche und unzählige Seen, die an jeder Ecke und immer wieder aufs Neue aufblitzen und einladen, Deutschlands wasserreichste Region zu erkunden.
 - ✓ Aber auch **Hügelketten**, die für Brandenburger Verhältnisse wie Berge gen Himmel ragen und zu Höhenflügen und Gipfelstürmen anregen.

Echte
Größe, die
bewegt!



- ✓ Aber auch unsere **Erlebnissräume** erzählen ihre individuelle Geschichte rund um das Wasser: das **Oderbruch**, das erst durch Trockenlegung entstanden ist, die **Flusslandschaft Oder**, die infolge ihrer spirituellen Wirkung einst die Zisterziensermönche angezogen hat, das **Schlaubetal** mit seiner einzigartigen Flora und Fauna, die **Scharmützelsee-Region** als Wassersport- und Naturparadies und bedeutendste Urlaubsregion Brandenburgs, das **Berliner Umland** als Badewanne Berlins, die in faszinierende Naturräume eingebetteten Städte am Wasser der **Flusslandschaft Spree** ...

Ebenso benötigen wir eine Systematik...

- Orte und Funktionen
- Geschichten!
- Gestaltungsrichtlinien
 - Infrastruktur
 - Informationsvermittlung
 - Besucherlenkung
 - Möblierung
 - ...

Kontaktpunkte mit jeweils unterschiedlichen Funktionen, z.B.

Inspiration
Information
Besucherlenkung
Sicherheit / Orientierung

Touristische Kernorte

(Anker)Attraktionen

Wohlfühlatmosphäre
Wiedererkennungseffekt
Bindung und Identifikation
Erlebnisleistung

Touristinfos

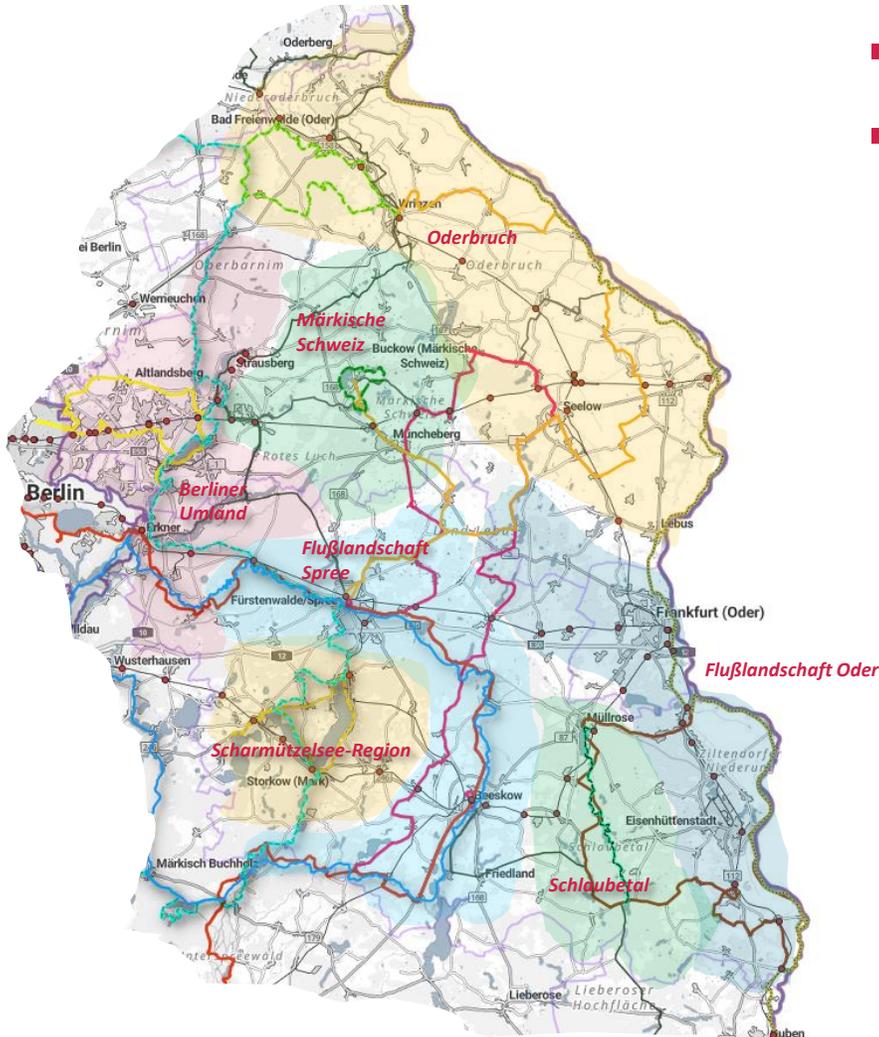
Routen: Start- und Zielorte

Routen: Erlebnisorte

Knotenpunkte

Liebingsblicke Seenland Oder-Spree

...



Darstellung nicht vollständig, nur beispielhaft



Gestaltungsrichtlinien

Folgende Infrastruktur in einheitlicher Gestaltung wird derzeit erarbeitet:

1

Künstlerisches Element, dass die Marke Seenland wiedergibt, im öffentlichen Raum deutlich sichtbar ist und identitätsbildend wirkt

- Steht solitär
- In unterschiedlichen Größen einsetzbar: groß – mittel – klein, in Abhängigkeit der Funktion der Orte

Wird kombiniert mit Elementen aus Kategorie 2 und 3

2

System „Information und Inspiration“ für/über (Zusammensetzung je nach Funktion Kontaktpunkt/Ort jeweils....)

- Seenland
- Die jeweiligen Erlebnisräume
- Die jeweiligen Orte (Kernorte und Orte der Ankerattraktionen, Frequenzorte, Knoten)
- Die jeweiligen Lieblingsblicke
- Die Premiumrouten
- ...

3

Verweil- und erlebnisunterstützende Infrastruktur

- **Sitzgelegenheit Seenland**, zentral einzusetzen. Ggf. / prüfen: mit Spielarten in den Erlebnisräumen und/ oder den Wegen)
- **Set an Infrastruktur zur Unterstützung der Wahrnehmung über unterschiedliche Sinne** (Sehen, Hören etc.):
 - 5-10 Grundelemente, die immer wieder angewandt werden, wie Schaukel, Blickrahmen, Hängematte, Früher-heute Vergleiche ...

Diese Infrastruktur muss sich an der Identität des Seenlands orientieren



Geschichten der Erlebnisräume und Routen - Beispiele

Drei Ebenen stehen im Fokus, die zu verschneiden sind:

Seenland Oder-Spree

Erzählt die übergeordnete Geschichte des gesamten Seenlands

- Muss im gesamten Seenland erkennbar sein

Sieben Erlebnisräume

Erzählen die Geschichten der jeweiligen Teilräume

- Muss im gesamten jeweiligen Teilraum spürbar sein
- Immer Bezüge zum Seenland aufnehmen

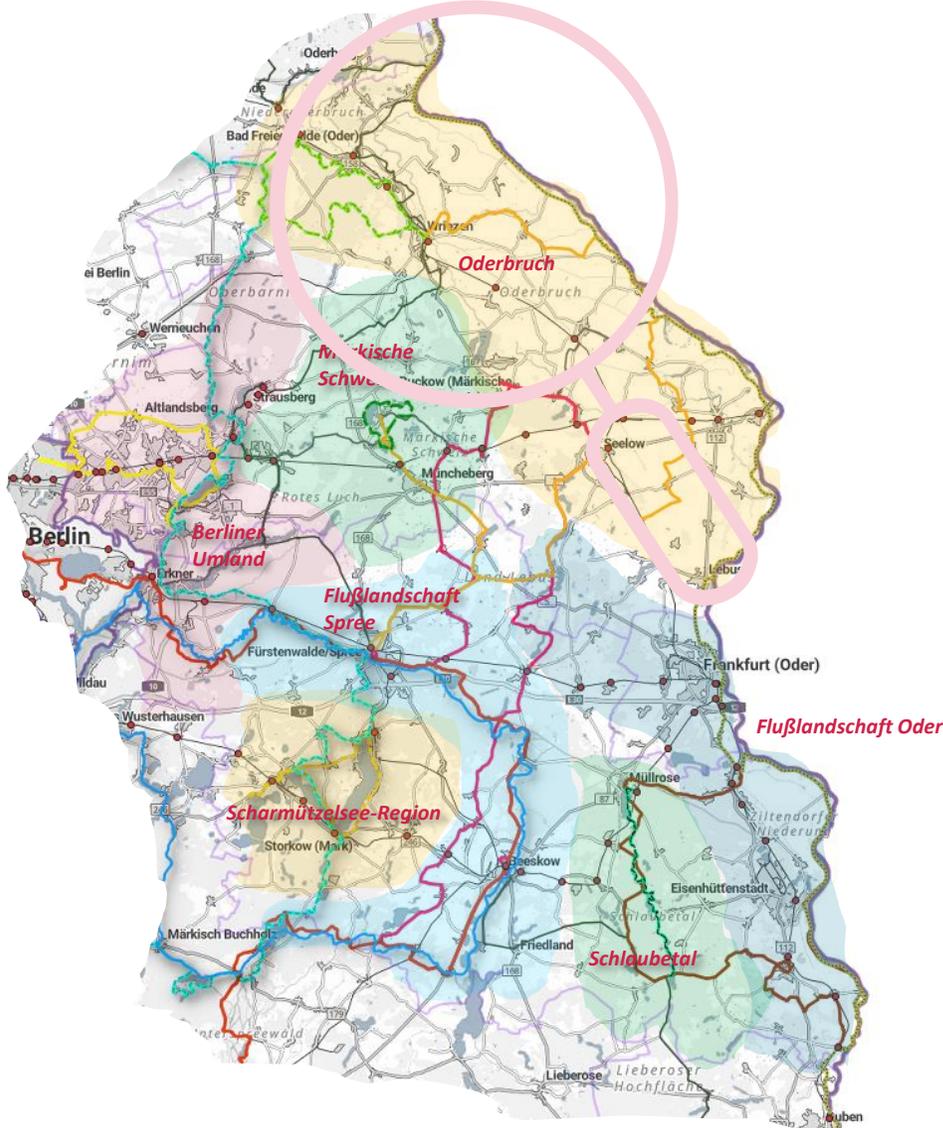
Themenrouten

Erzählen die Geschichte der jeweiligen Route

- Muss auf gesamter Route erkennbar sein
- Erfolgt über eine **kuratierte Inszenierung** entlang einer Route
- Immer Bezüge und Schnittstellen zum **Seenland** und v.a. zu(r) **Teilregion(en) und zu den Orten** aufnehmen

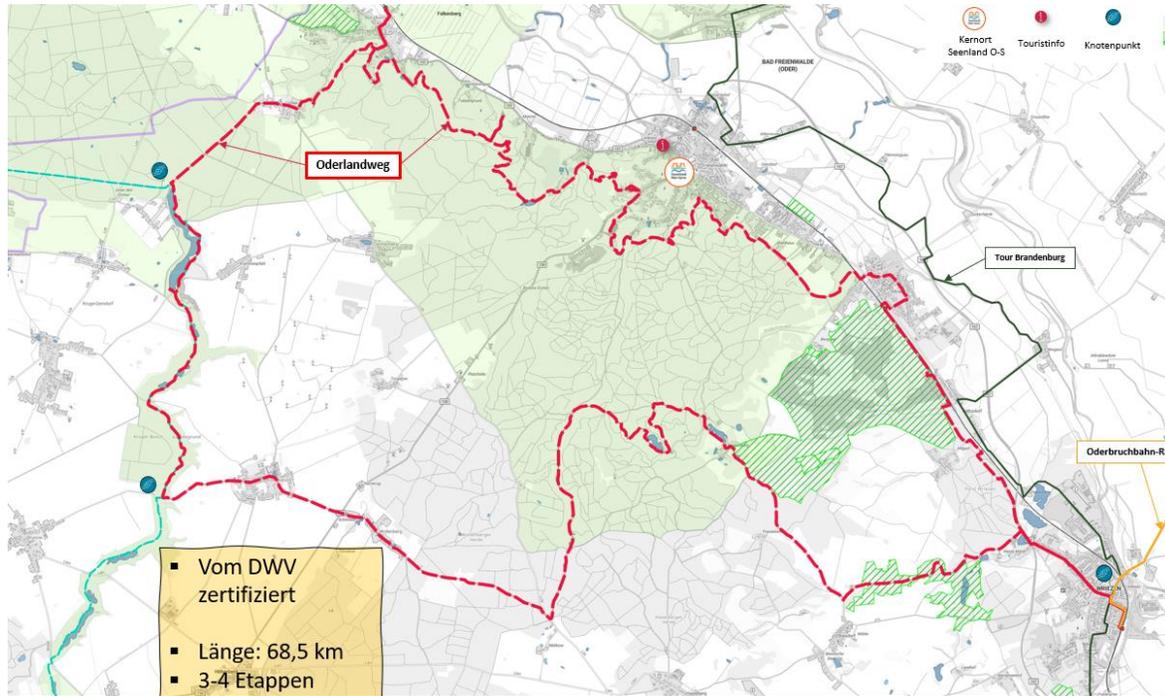
Neue Weiten

- ✓ Hier öffnen wir seit jeher unsere Horizonte: Hier haben wir der wilden Oder das Land abgetrotzt. Die Spuren sind bis zum heutigen Tage sichtbar
- ✓ Hier haben die Kolonisten die ersten Brandenburger Kartoffeln angebaut.
- ✓ Hier in dieser kleinen, irgendwie vertraut und anheimelnd wirkenden Weite und Abgeschiedenheit, kann man sich Zeit nehmen, entschleunigen und auch, bspw. als Künstler, das passende Ambiente für ihr Schaffen finden.
- ✓ Hier gibt es immer wieder Neuanfänge, in Zeiten von Krieg und Frieden. Ein Zufluchts- und Inspirationsort, wo Herausforderungen angenommen werden. Hier erfinden wir uns immer wieder neu. Hier ist Transformation im Spiel!
- ✓ Hier gibt es Freiräume zum Ausfliegen, von den Oderhängen und vom Oberbarnim haben wir die besten Weitblicke, hier können unsere Gäste Höhenflüge erleben und faszinierende Natur über Grenzen hinweg erleben.



Thema Transformation wird aufgegriffen





Touristische Kernort:
Bad Freienwalde

Charakteristika

- *Wanderroute*
- *Länge: 68,5 km*
- *Charakteristik:*
 - **Landschaftlich z.T. sehr abwechslungs-/kontrastreich:** z.T. Mittelgebirgstopographie (Bergwelt!), viele Fernsichten gerade ins Oderbruch, Wald, eiszeitliche Prägung, Wandel des Walds, Naturschutz, spezielle Landschaftsformen wie Hutelandschaft
 - Teilstrecke schon durch starkes Produkt „**Gipfelstürmer**“ geprägt
 - **Authentische Themen:** Landschaft erzählt ihre Geschichte, unterschiedliche, reale Zugänge
 - **Höhenflüge:** ganz stark! Wird schon gut gespielt mit dem „Gipfelstürmer“
 - **Wasserreich:** Gamengrund: Eiszeitliche Rinne, Baasee als Toteisloch, eine Badestelle

Lieblingsblicke auf der Route u.a.:

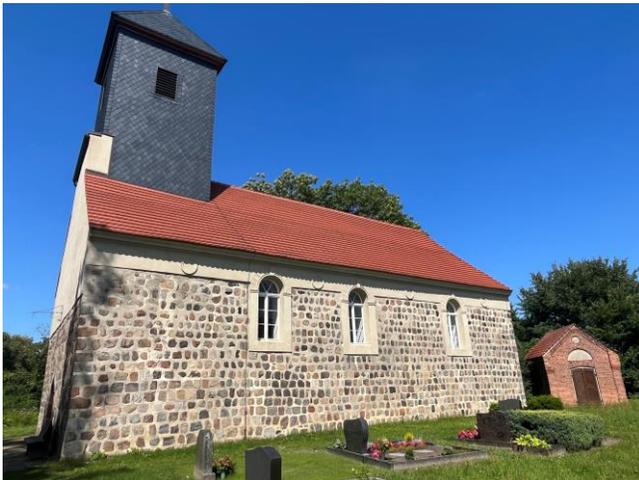
Carlsburg, alle Türme (Bismarckturm), „Blick auf Heide“ bei Wölsickendorf
Richtung Gamengrund, Tobbenberg ...

Ankerattraktionen an/in der Nähe der Routen:

Historischer Stadtkern Bad Freienwalde, Odermuseum Altranft, Kulturhafen Neuendorf ...

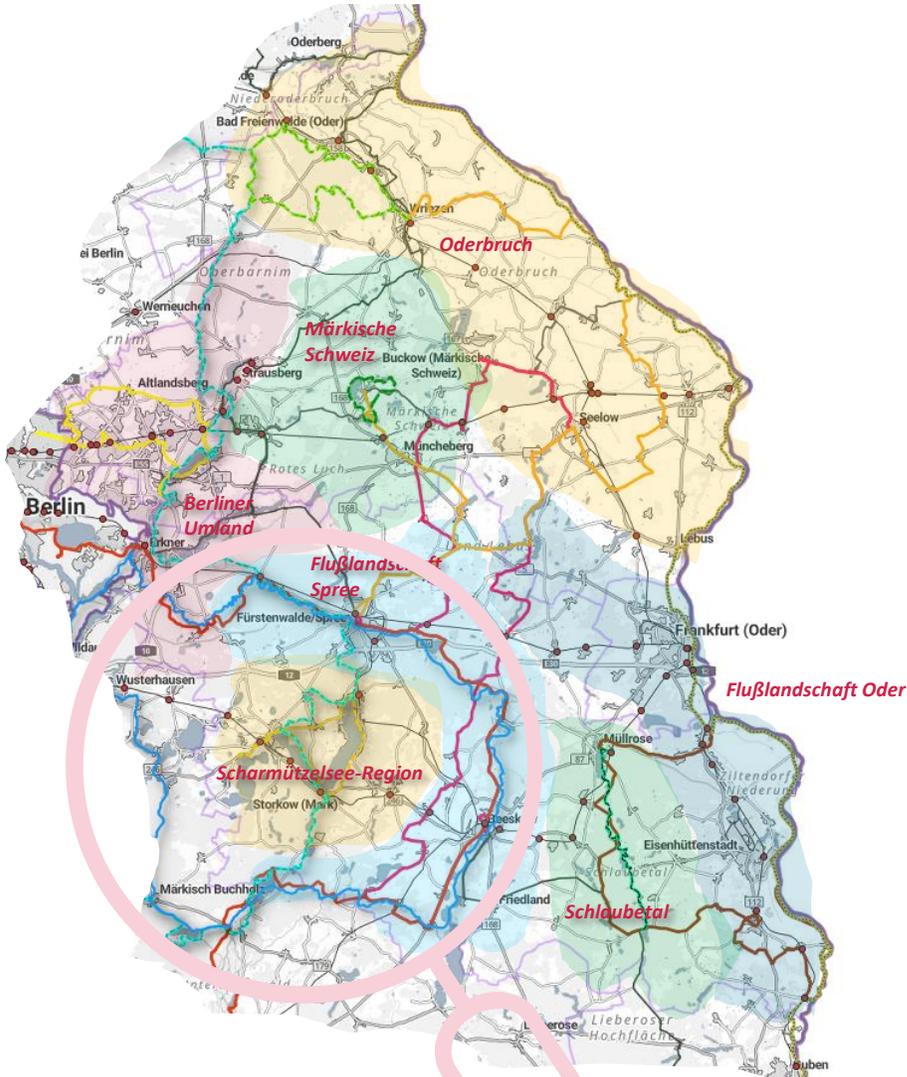
Metastory + Schwerpunktthemen + Entwicklungsansatz

- **Metastory Oderlandweg: Transformation: Veränderung / Wandel** – damit das **Narrativ des Oderbruchs** aufgenommen, in drei Bereichen / Ebenen, zwei werden vor Ort erkennbar, der dritte spielt sich beim Wanderer selbst ab:
 - 1) **Veränderung des Landschaftsraums** über Jahrtausende,
 - 2) durch **Menschenhand** verursachte **Veränderungen**,
 - 3) **mentale / körperliche Veränderungen** beim Wandern.
- Ca. 20 Erlebnisstationen definiert, u.a. Wandel Falkenberg vom Fischerort zum Villen- und Erholungsort, Geschichte des Oderbruchs, wandelnde Funktionen des Walds, Eiszeit und Geologie, wechselnde Bedeutung Dorfteiche, Kriegszerstörung und Wiederaufbau ...
- Idee: als Übernachtungsmöglichkeiten im Freien: „Oderlandweg-Shelter“

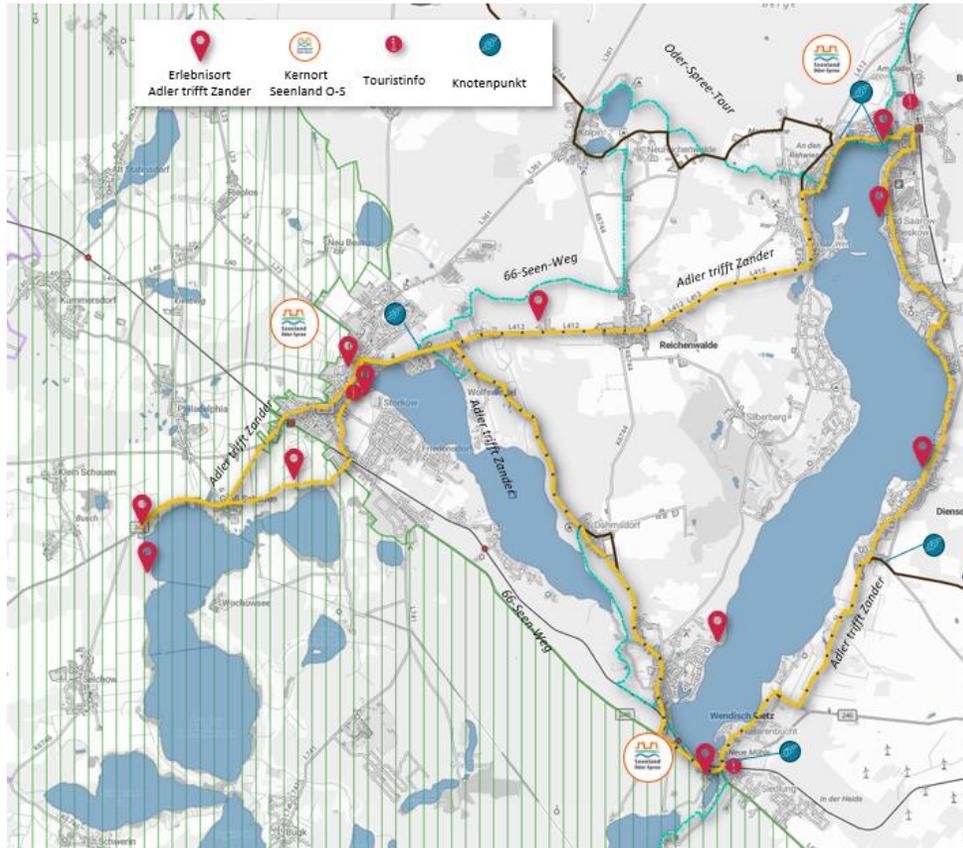


Maritimer Urlaubsscharme mit Naturpark-Anschluss

- ✓ Denk an Urlaub. Halt die Füße ins Wasser, lass Dich bekochen, genieße einfach: die einzigartige Wellness-Landschaft, die überwältigende Natur mit ihren (Bade-) Seen, Binnendünen, Salzwiesen und Bergen, und auch ornithologischen Highlights wie den Fischadler. Dies auch kompetent vermittelt von Partnern wie dem Naturpark Dahme-Heideseen oder der Siemann-Stiftung.
- ✓ Tauche ein in die schon immer mondäne Gartenstadt Bad Saarow oder in die Geschichte der Burg Storkow und damit auch in das Leben zahlreicher historischer Persönlichkeiten wie schillernde Schauspieler oder schlagkräftige Boxer. Fühle Deinen Urlaub.







Charakteristika (Länge etc.)

- *Fahrradroute*
- *Länge: 45 km*
- *Charakteristik:*
 - **Landschaftlich abwechslungsreich:** Seen, Kanal, Wald..., auch Badestellen → Urlaubsflair
 - **Authentische Themen:** Natur („frei wie ein Adler“) und Kulinarik, lebendige Tradition Fischfang
 - **Gute (Fisch-)Gastronomie** (auch am Wasser!)
 - **Wasserreich:** das Märkische Meer und weitere Seen
 - **Höhenflüge:** Beobachtungstürme, Geschichte des Fischadlers ...
 - **Natur beobachten:** insbesondere Vögel, einige Top-Spots wie Selchow / Beobachtungstürme (Fischadler, Seeschwalben etc.)

Touristische Kernorte:

Bad Saarow, Storkow, Wendisch Rietz

Diverse Lieblingsblicke:

*u.a. Binnendüne, Aussichtsturm
Selchow, Wasserwanderrastplatz
Diensdorf-Radlow ...*

Ankerattraktionen an/in der Nähe der Routen:

*Villenkolonie Bad Saarow, Burg Storkow, Binnendüne, Therme
Bad Saarow, Markgrafensteine*

Metastory + Schwerpunktthemen + Entwicklungsansatz

- **Metastory Adler trifft Zander:** Genusstour per Rad mit Naturerlebnissen und kulinarischen Besonderheiten. Dabei Begegnungen, Austausch, Anstöße und Erlebnisse bei maritimem Urlaubscharme.
- Zwei Hauptthemen: **Natur** (Entstehung Naturraum, Wasser, Vogelbeobachtung; Partner: Naturpark Dahme-Heideseen, Sielmann Stiftung, Naturwacht), **Kulinarik** (traditionelles Fischerhandwerk, Genuss, Regionalität), Nachhaltige Fischerei, Regionale Fischarten und ihre Verarbeitung.
- 13 Erlebnisstationen definiert, mit Themen und Storys, u.a. Wiederherstellung Naturraum Binnendüne aus Sicht des Ameisenlöwes, Wiederansiedlung des Fischadlers, Salzwiesen, Wasserbüffel, regionale Fische, Zubereitung und Fischprodukte, Fangmethoden, Landschaftsmalerei am See, Theodor Fontane
- Einbindung privater Anbieter: Fischer, Gastronomie, Hotellerie, Landwirte ...





Produktentwicklung und Umsetzung

Checklisten für alle Produktlinien



„Seeblick-Runden“

- Inhaltlicher **Kontext** und Relevanz
 - Mehrwert Nutzer: take me to the lake, Wasser entspannt...
 - Leitthema + Storyboard definieren und content vorhalten
 - Marke: Anknüpfung Werte & co vornehmen
- **Einbindung** mind.:
 - Gastronomie (Wertschöpfung)
 - Lieblingsblick mit Wasserbezug oder ausreichend See begleitender Weg/x Seeblicke, ...
 - Bestehender Wanderweg, Anschluss Premiumweg
 - Wanderparkplatz oder ÖPNV, Kombi Schiff
- Aktive **Vermarktung** auf 3 Ebenen (Seenland, Region/Ort, TMB)
- **Beispiele:** Schleifen am 66-Seenweg (Leuenberg, Bötze-/ Fängerseerunde, Stienitzsee, Werlsee, ...) Schlaubetalwanderweg: Hammer-, Treppel- Wirschenseerunde), Scharmützelseeerunde

„Seeblick-Runden“

Seenland – Naturtouren

Komfort-Touren

„Höhenflüge“

Birdwatching-Touren

Grenzenlos Touren

Stadtspaziergänge

Spätaufsteher -
Touren

Dorfrundgänge

„Dein Seenland“:
Zielgruppe
Einheimische

Projekt
„Erlebnisraumdesign“

Vorgängerprojekt
„Naturtourismus“

Chancen durch Kooperation über das Projekt hinaus – der TVSOS als regionale Managementorganisation unterstützt

Das Seenland erhält ein einheitliches Erscheinungsbild mit hoher **Identifikationswirkung** nach innen und **Wiedererkennung** nach außen.

Die **Gestaltungsrichtlinien** können in der Gesamtregion von **allen Ämtern, Gemeinden und weiteren Partnern** über dieses Projekt hinaus bei zukünftigen Initiativen genutzt werden

Alles im Seenland-Style und dadurch mit hohem Wiedererkennungswert, **gleichzeitig individuelles Branding des Erlebnisraums, des Orts oder des Wegs**

Dabei ist ein **gemeinsames Vorgehen** und **Abstimmung** entscheidend

→ Beim TVSOS sind fünf Mitarbeiterstellen geschaffen worden: **Regionalscouts** des Seenlands!

→ Aufgaben u.a.

- **Produktentwicklung**, die die „Marke Seenland Oder-Spree“ verkörpern
- **Erlebnisraumentwicklung**: Abstimmung der touristischen **Infrastrukturausstattung** und „**Erzählmuster**“ in den Teilräumen mit der Gesamtregion (z.B. entlang der Rad- und Wanderwege).
- **Contentgenerierung und-ausspielung**
- **Qualifizierung** des Tourismusmanagements vor Ort





EUROPAISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des
ländlichen Raums



LAND
BRANDENBURG
Ministerium für Ländliche
Entwicklung, Umwelt und
Landwirtschaft



LAG Oderland



LAG Märkische Seen e.V.
LOKALE AKTIONSGRUPPE



Seenland
Oder-Spree

tourismus plan
Netzwerk für innovative Lösungen



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Schlaubetal

- Preußische Forstgeschichte, Förster