

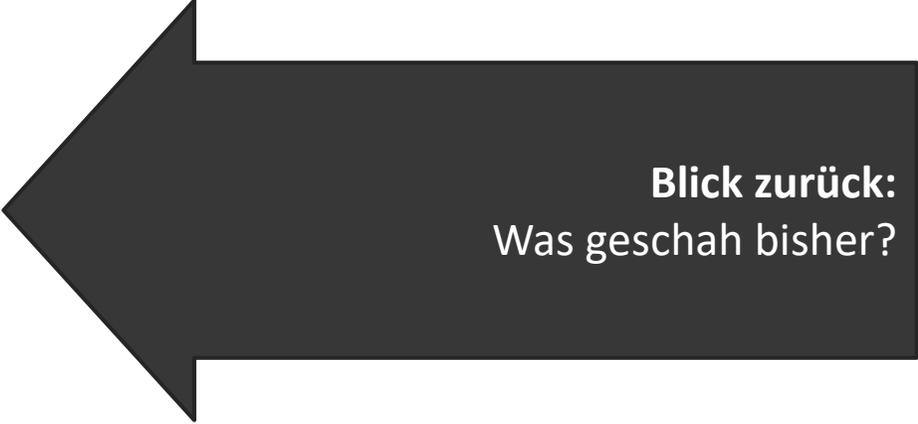
Katharina Meifert | 08.11.2021

The background of the slide is a photograph of a stone archway. The arch is constructed from red and grey bricks and is heavily covered in green ivy. A wooden cross is mounted on the brickwork above the arch. The archway leads to a path that is flanked by tall, leafy green trees. In the distance, a range of mountains is visible under a blue sky with light, wispy clouds. The overall scene is bright and natural.

Aktualisierung der Erholungsortentwicklungskonzeption für den Ortsteil Himmelpfort

Workshop I: Zukunftswerkstatt

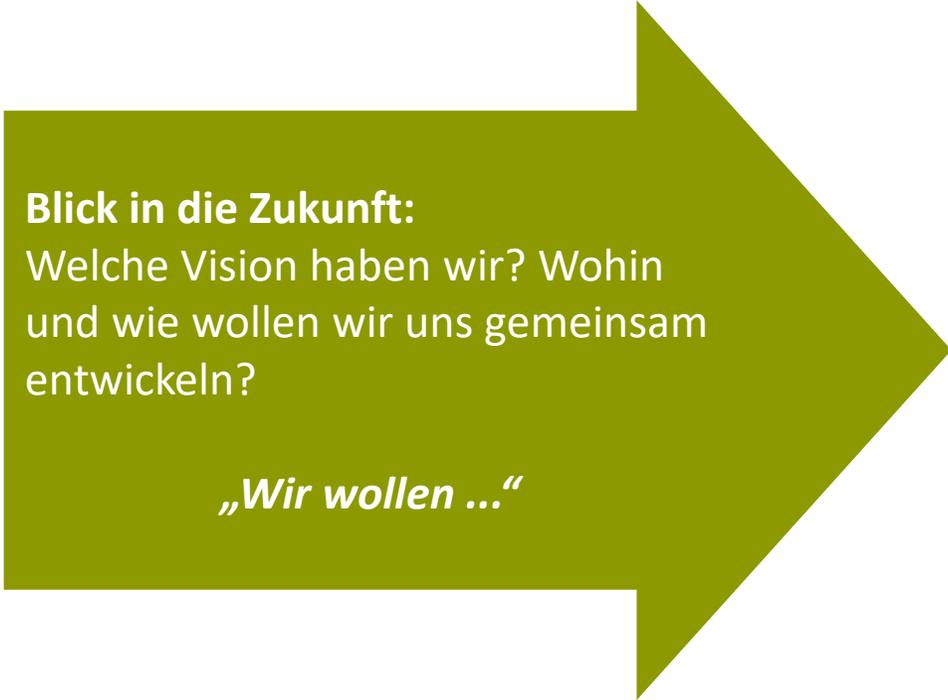
Ablauf der Zukunftswerkstatt



Blick zurück:
Was geschah bisher?

- 16:00 Uhr** Begrüßung und Vorstellung des Projektes
- 16:10 Uhr** Präsentation ausgewählter Analyseergebnisse
- 16:50 Uhr** **Vervollständigung der Analyse**

- 17:20 Uhr** **Workshop I: Wohin wollen wir?**
Identifikation von gemeinsamen Zielen
- 18:10 Uhr** **Pause**
- 18:30 Uhr** **Vorstellung der Ergebnisse aus Workshop 1**
- 18:50 Uhr** **Workshop II: Was wollen wir konkret?**
Vertiefung ausgewählter Themen
- 19:30 Uhr** **Vorstellung der Ergebnisse aus Workshop 2**
- 19:55 Uhr** **Ausblick**



Blick in die Zukunft:
Welche Vision haben wir? Wohin
und wie wollen wir uns gemeinsam
entwickeln?

„Wir wollen ...“



- Tourismus- & Regionalberatung **seit 1989**, Erfahrungen aus **> 1.000 Projekten**
- **20 Mitarbeitende** an den Standorten Berlin, Eisenach, Hannover, Kempten & Mainz
- langjährige und **fundierte Erfahrung** in der Beratung von Kommunen & Destinationen national und grenzüberschreitend



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

BTE Geschäftsfelder

Destinationsentwicklung



Tourismusmarketing



Aktivtourismus



Naturtourismus



Standortentwicklung



Regionalentwicklung



Nachhaltiger Tourismus



Kulturtourismus



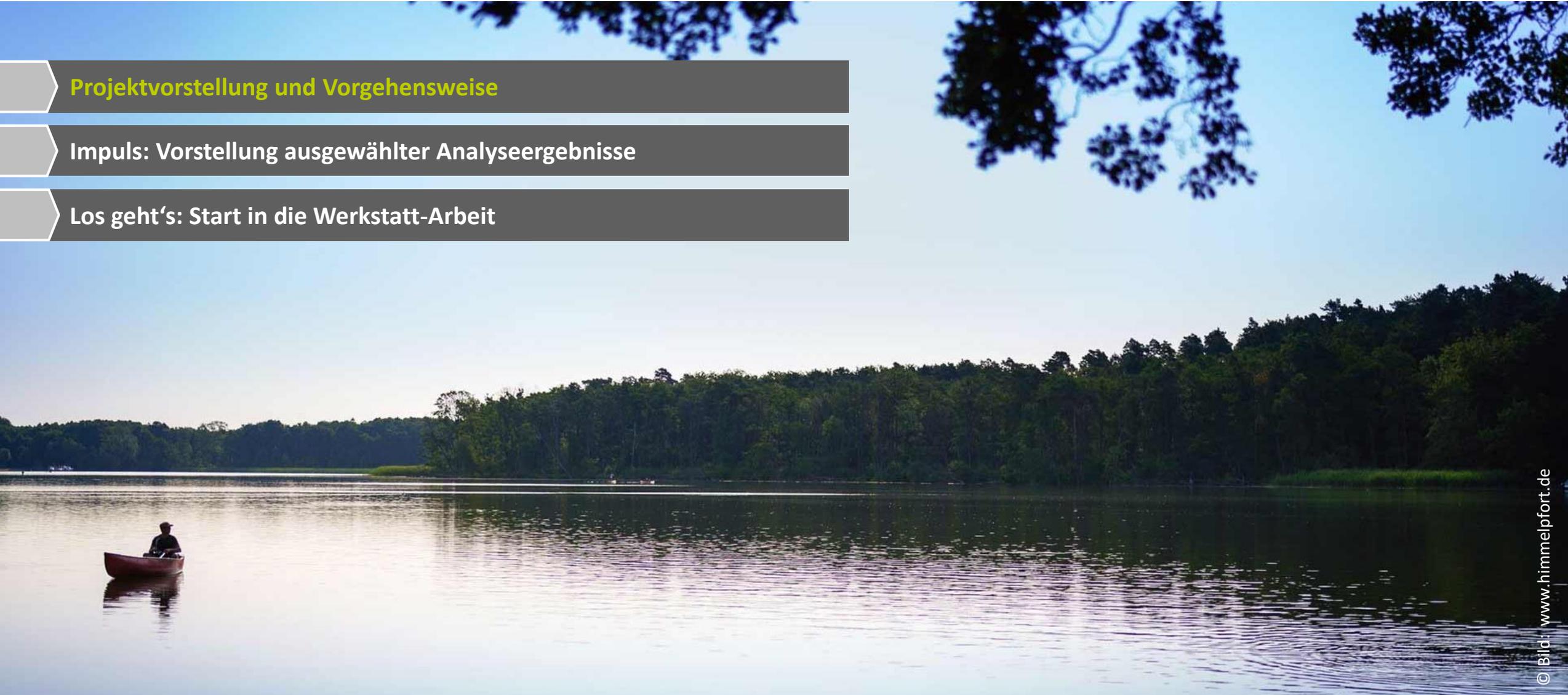
Fotos: Marco2811/Fotolia (Destinationsentwicklung), iStock.com/Tyler Olsen (Aktivtourismus), iStock.com/pixeluxe (Nachhaltiger Tourismus), BTE

Gliederung

Projektvorstellung und Vorgehensweise

Impuls: Vorstellung ausgewählter Analyseergebnisse

Los geht's: Start in die Werkstatt-Arbeit



Ausgangssituation

Aufgaben- und Zielstellung: Aktualisierung der Erholungsortkonzeption für Himmelpfort

- Reflektion der Entwicklungen der letzten 10 Jahre
- Unterstützung der positiven Erholungswirkung und Weiterentwicklung des Tourismus
- Überprüfung der aktualisierten Kriterien zur Rezertifizierung als „staatlich anerkannter Erholungsort“
- **Auftraggeber:** Stadt Fürstenberg/Havel
- **Auftragnehmer:** BTE Tourismus und Regionalberatung
- **Jahr:** 2021-2022



Projektaufbau und Veranstaltungen



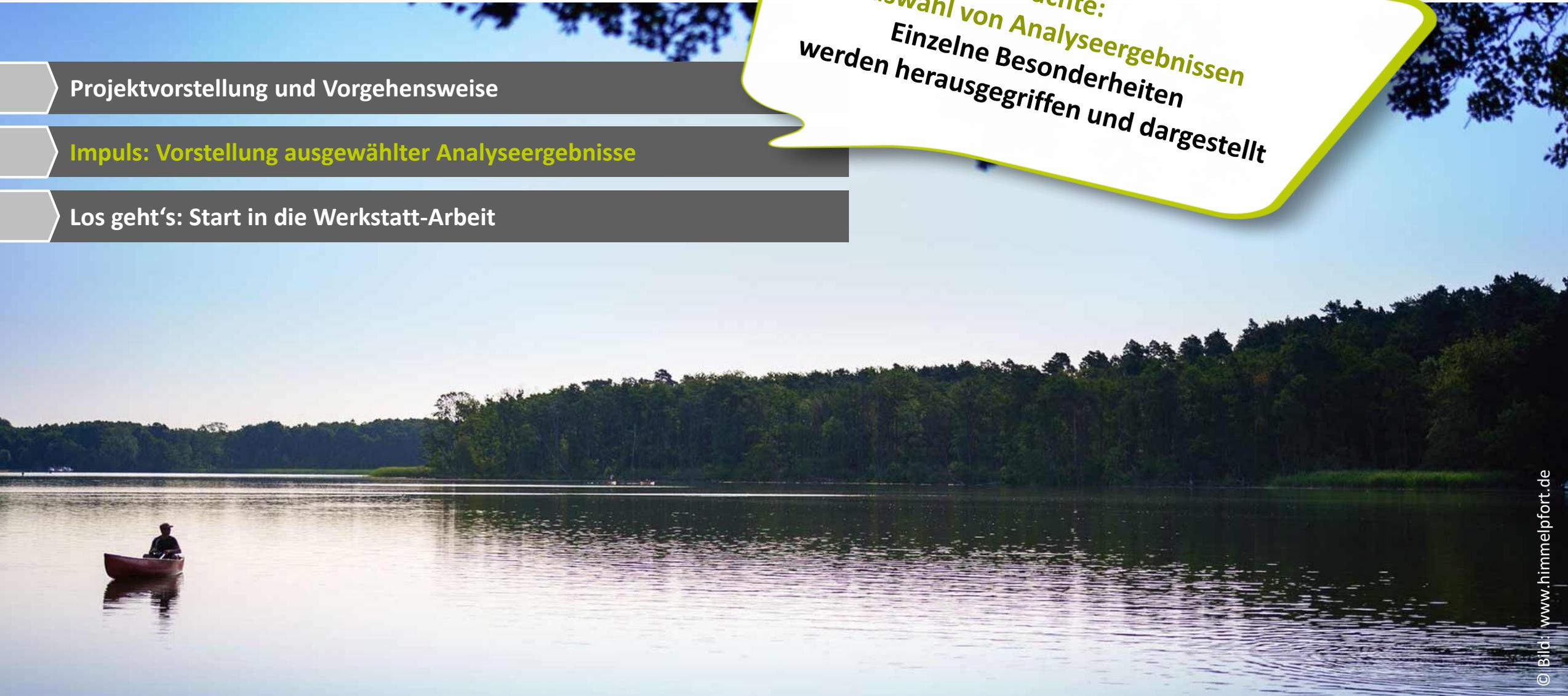
Gliederung

Projektvorstellung und Vorgehensweise

Impuls: Vorstellung ausgewählter Analyseergebnisse

Los geht's: Start in die Werkstatt-Arbeit

Beachte:
Auswahl von Analyseergebnissen
Einzelne Besonderheiten
werden herausgegriffen und dargestellt



Trends & Rahmenbedingungen

Megatrends des 21. Jahrhunderts laut Zukunftsinstitut



Globalisierung



Mobilität



Urbanisierung



Gesundheit



Individualisierung



Sicherheit



Konnektivität



Gender Shift



Wissenskultur



Silver Society



New Work



Neo-Ökologie

... und dann kam **Corona!**



Nachfrageeinbrüche in 2020 und 2021 – und dann?



(Kurzfristig) verändertes Buchungs- & Reiseverhalten der Gäste



Umsatzausfälle + Druck auf kommunale Haushalte
→ Überprüfung der freiwilligen Aufgabe Tourismus



Veränderung in der Angebotsstruktur = Rückgang von Beherbergungs-
kapazitäten & Angeboten (v.a. Gastronomie & Eventanbieter)



„Neue“ bzw. andere Aufgaben für Tourismusorganisationen
= z.B. Innenmarketing, Besucherlenkung etc.



Katalysator bereits bekannter Herausforderungen
(Fachkräftemangel, Digitalisierungstau, Nachfolgeproblematik, ...)

Kurz- und mittelfristige Auswirkungen der Corona-Pandemie



Ableitungen der Trends für Himmelpfort

- Vermehrte Nachfrage **nach Nahzielen**, steigende Zahl von **Kurzurlauben und Urlauben in Deutschland**: Angebotspakete /-vorschläge müssen leicht erkennbar sein
- Menschen suchen im Urlaub mehr und mehr nach dem besonderen, **individuellen Erlebnis**: Erlebnisse stehen im Mittelpunkt: Gäste wollen „neue“ Angebote, Produkte und Events mit Erlebnischarakter
- Angebote mit **regionaler Verankerung** (lokale Anbieter, „living like a local“) nachgefragt, mit Storytelling verknüpft als Bereicherung der Angebotspalette verstehen, geben Sie „Insidertipps“!
- Steigende Nachfrage nach **Aktivitäten in der Natur**: Interesse an naturnahen Reisen sowie aktiver Erholung (v.a. Radfahren und Wandern)
- **Qualität** ist für Inlands-Urlauber leichter vergleichbar und muss stimmen!
- **Caravaning- und Reisemobiltourismus** stark im Trend: Kapazitäten schaffen
- Fach- und Arbeitskräftemangel



Ableitungen der Trends für Himmelpfort

- Bewusstsein für **Klimawandel und Nachhaltigkeit** nimmt zu (u.a. nachhaltige Mobilität, regional konsumieren, Kultur respektieren, Energie sparen, Erbe schützen, ...), Angebote müssen geschaffen und kommuniziert werden
- Viele Menschen wollen dem „höher, schneller, weiter“ entfliehen – und tun das bewusst im Urlaub; intrinsische Motive kommen in den Fokus, wie „**Sinnsuche**“ oder **generell Entschleunigung und Achtsamkeit**
- Steigendes **Interesse an einem gesunden Lebensstil** zeigt sich in einer steigenden **Nachfrage** nach gesundheitsorientierten Angeboten
- **ALLES wird digital - ob Sie wollen oder nicht!**
 - Die Kommunikation mit dem Gast wird direkter, **schneller** und persönlicher.
 - **Digitalisierungs-Gewohnheiten** der Großstädter (Berliner) hören nicht an der Stadtgrenze auf: Digital Payment, Online Buchbarkeit, Online Response auf Bewertungen, Social Media...
 - Sicher ist: Neue digitale Kanäle und Technologien werden die alten analogen nach und nach verdrängen – aber nicht vollständig ablösen.



Ausgangslage: Lage, Mobilität und Ortsbild

Natur/Landschaft, Erreichbarkeit



- **Sehr attraktive landschaftliche Lage und Ausstattung**
 - Wald- und seenreiche Landschaft zwischen den vier Seen – Stolpsee, Sidowsee, Moderfitzsee, Haussee
 - Lage an der Oberen Havel und im Gewässersystem der Mecklenburgischen Seenplatte
 - Nähe zum Naturpark „Uckermärkische Seen“; LSG „Fürstenberger Wald- und Seengebiet“
 - Lage im Ruppiner Seenland und TOR zur Meck. Seenpl.
- **Verkehrsberuhigte Lage mit guter Anbindung durch Straßen und Wege**

Ortsbildanalyse

<ul style="list-style-type: none"> gut teils, teils Nachholbedarf / Potenzial Nicht bewertet / vorhanden 	Ankunft			
	Eingangssituation / Erster Eindruck			
	Anbindung ÖPNV			
	Parkplatzsituation			
	Fahrradabstellmöglichkeiten			
Himmelpfort				



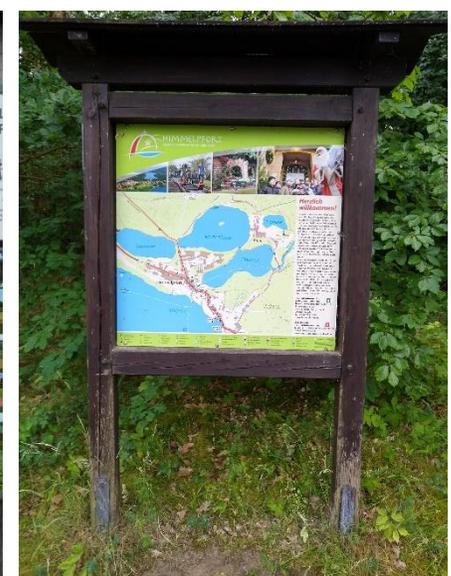
© Bilder BTE

Ortsbildanalyse

<ul style="list-style-type: none"> gut teils, teils Nachholbedarf / Potenzial Nicht bewertet / vorhanden 	Orientierung & Information					
	Pkw Leitsystem / Hotelleitsystem	Fußgängerleitsystem (innerörtlich)	Radfahrerleitsystem	touristische Information	Spazierleitsystem (außerörtlich)	
	Himmelpfort					



© Bilder BTE



Ortsbildanalyse

	Infrastruktur				
	Ortsgestaltung insgesamt	Architektur / Ensemblewirkung, Plätze, Grün	Öffentliche Möblierung	POIs, Gastronomie, Shopping	Barrierefreiheit
<ul style="list-style-type: none"> gut teils, teils Nachholbedarf / Potenzial Nicht bewertet / vorhanden 					
Himmelfort					



© Bilder BTE



Fazit: Ortsbild

Stärken

- Attraktives Ortsbild: aufgeräumt, sauber, bepflanzt, liebevoll gestaltet, wenig Leerstand, verschiedene Kunstobjekte, keine/kaum Werbeflächen
- Deutliche Verbesserung der Brauhausruine (kein großer Störfaktor mit Bauzaun mehr)
- Touristische Empfangssituation an Ortseingängen und Bootsanlegestellen, willkommen heißender 1. Eindruck
- Gut sichtbares, einheitliches touristisches Fußgänger- und Radfahrerleitsystem
- Touristische Übersichtskarten zum Erholungsort Himmelpfort mit Karte
- Zentrale Lage der TI im Haus des Gastes
- Zahlreiche Rast- und Unterstellmöglichkeiten an Rad- und Wanderwegen sowie den Badestellen
- Vorhandensein sauberer Spielbereiche

Schwächen

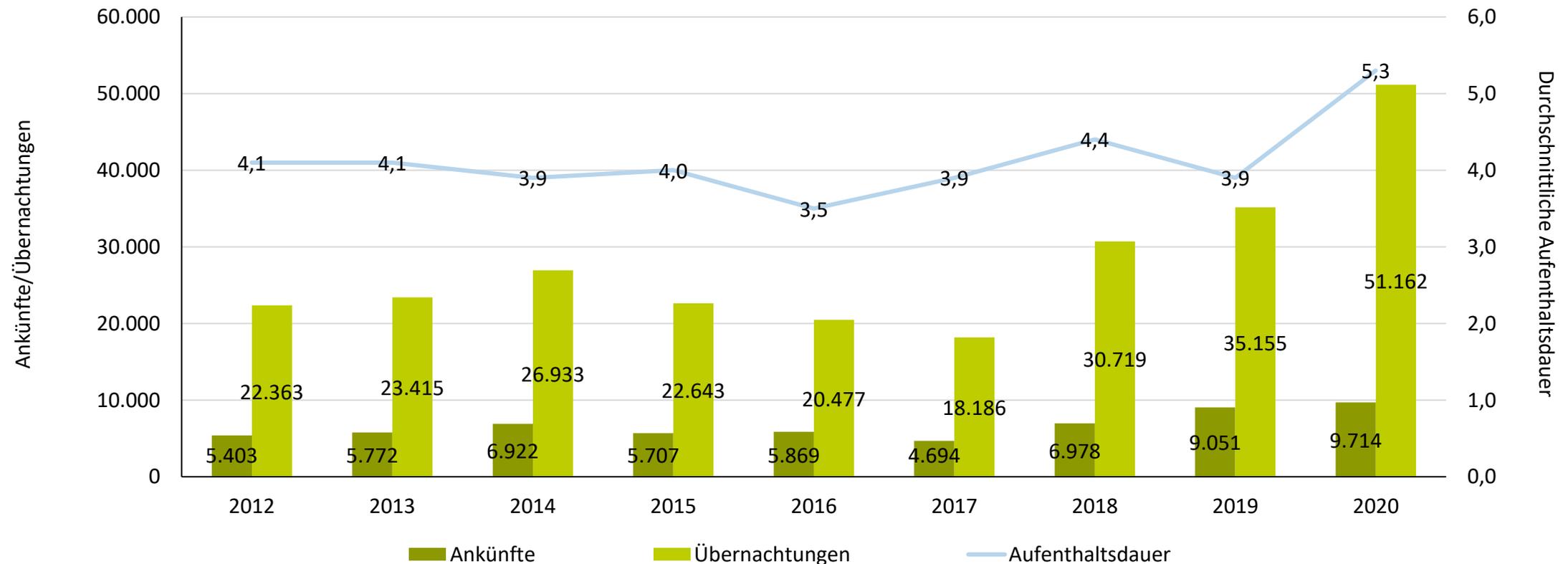
- Beeinträchtigung des idyllischen Ortscharakters durch parkende Autos im Ortsbereich
- Fehlende Lademöglichkeiten für E-Fahrzeuge, E-Bikes
- Nicht ausreichende Quantität der Fahrradabstellmöglichkeiten, fehlende abschließbare Möglichkeiten
- TI als solche nicht gut erkennbar
- Wenig erlebniswirksame Gestaltung von öffentlicher Möblierung
- Einzelne Aushänge in Optik optimierbar da sehr verschmutzt oder beklebt
- Keine digitalen Infopunkte/-stelen, QR-Codes etc.
- Gehfreundlichkeit der Gehwege durch unterschiedliche Pflasterung, Enge und Schräge teilweise eingeschränkt
- Mangelnde Barrierefreiheit

Touristische Nachfrage Unterkunft und Gastronomie

Touristische Nachfrage

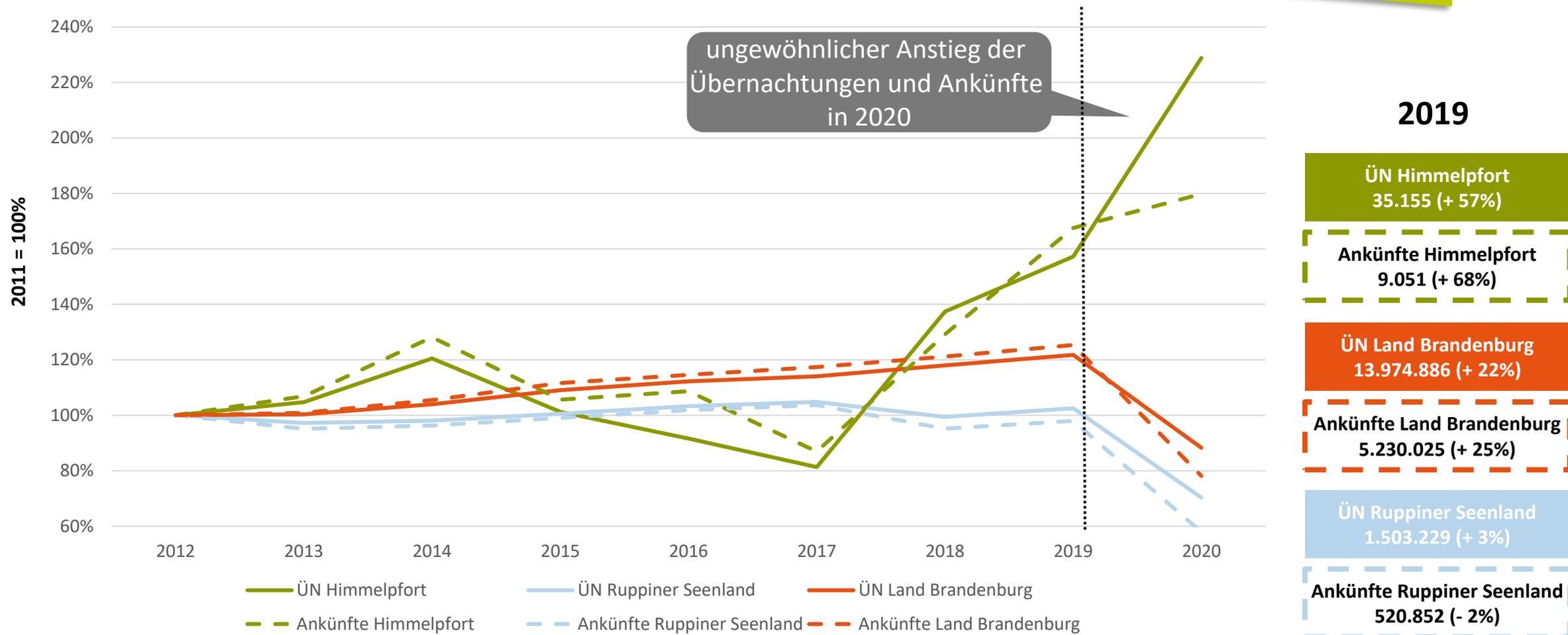
- **Amtliche Statistik 2019 (gewerbliche Betriebe)**
- **Beachte:** hoher Anteil des grauen Beherbergungsmarkts, der nicht statistisch erfasst wird

deutliche Steigerung der
Übernachtungszahlen im Vergleich zu
2012 zeigt steigende Nachfrage



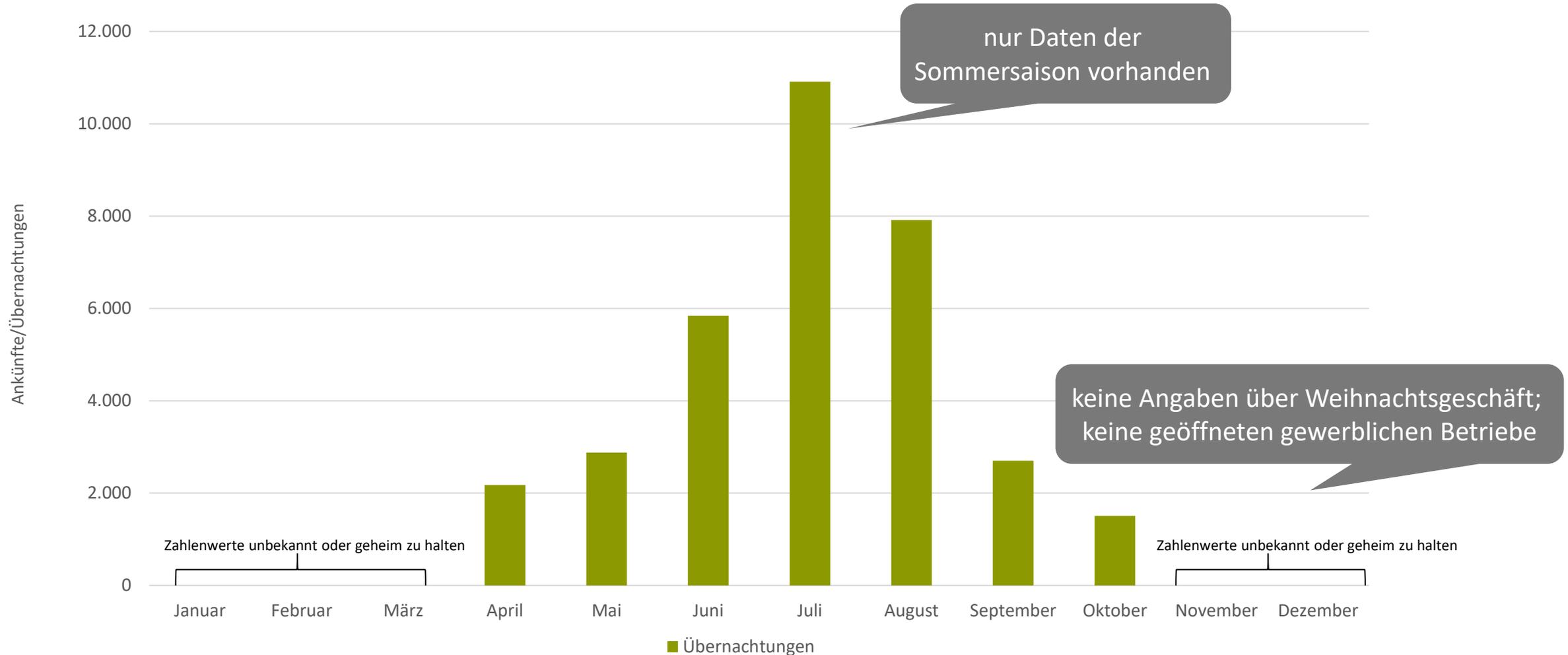
Regionaler Vergleich lt. amtl. Statistik

Relative Entwicklung der ÜN und Ankünfte (2012 -2020)



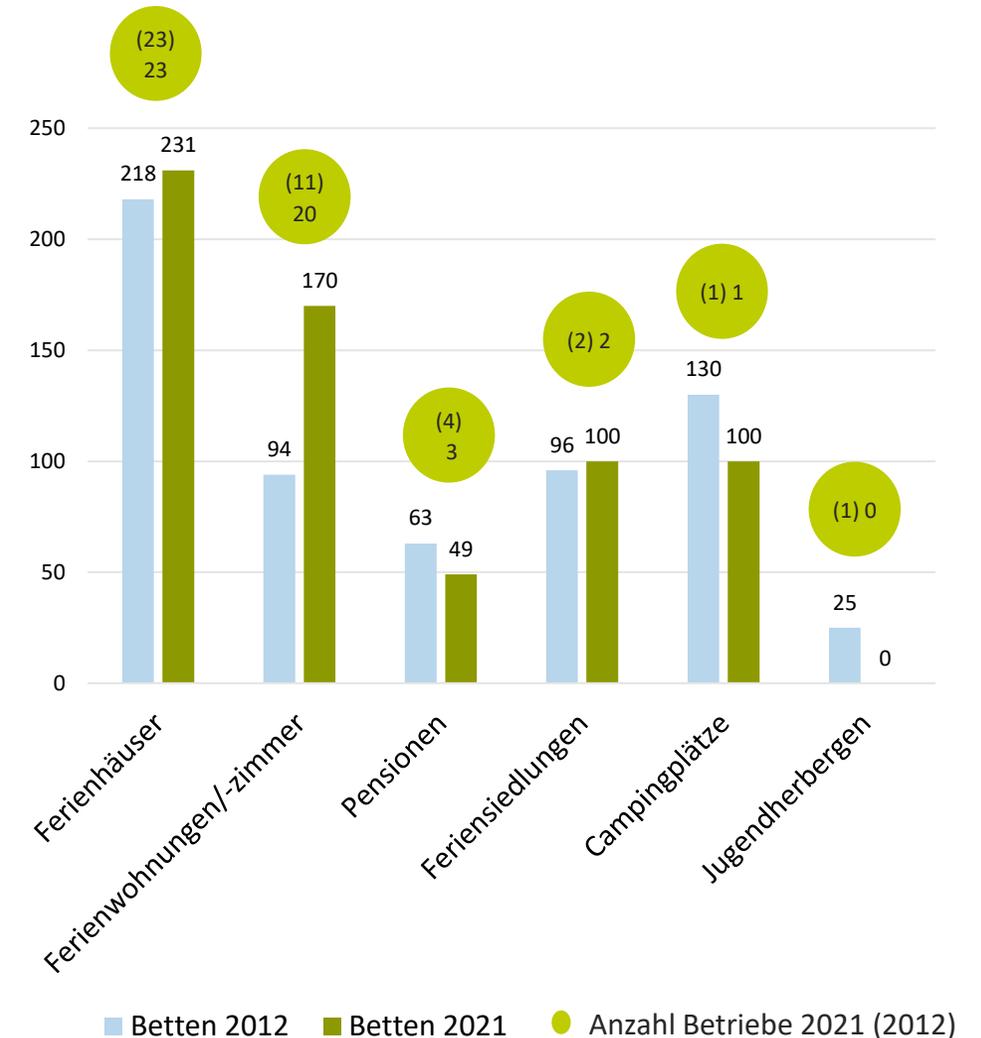
Saisonale Nachfrage

Verteilung der Übernachtungen auf Monate, Jahr 2019



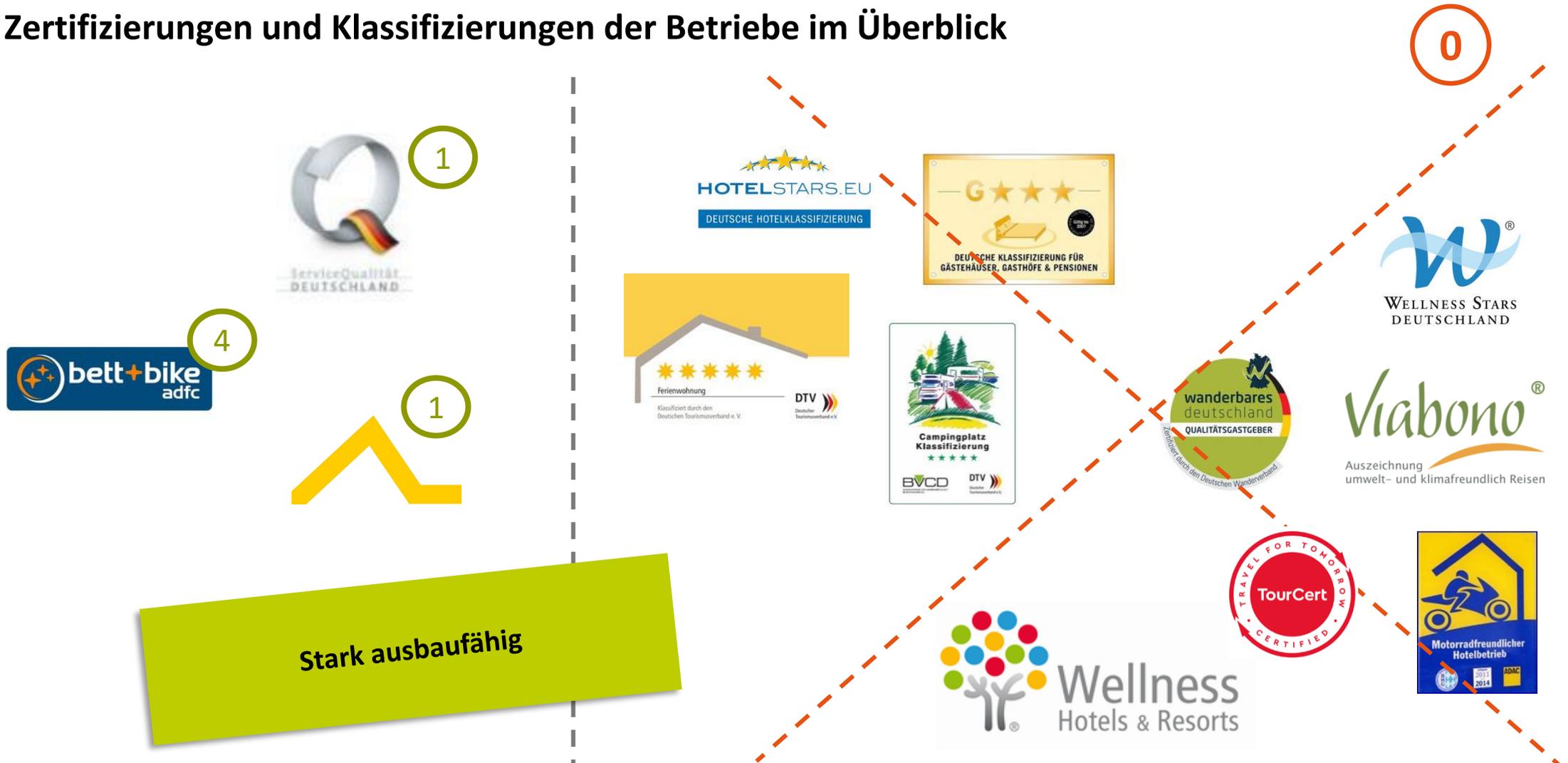
Beherbergung (gewerbliche und nicht gewerbliche)

- **Differenziertes Angebot von Ferienwohnungen bis Pension**
- **Zielgruppenorientierung** für Tagungen/Veranstaltungen, Aktiv, Menschen mit Einschränkungen, Nachhaltigkeit/Coworking
- **Veränderungen:** Ausbau der Alten Mühle zum Gästehaus mit Fokus auf Nachhaltigkeit; zahlreiche Ferienwohnungen neu oder ausgebaut (Wegfall Wohnraum?); Ausbau der bett+bike-Zertifizierungen
- **Gästebewertungen der Unterkünfte auf booking.com** größtenteils sehr gut
- **Herausforderungen:**
 - Kaum Entwicklung im Bereich der Zertifizierung/Qualifizierung von Betrieben
 - Ausbaufähige Zielgruppenorientierung (z.B. Familien/kindgerechte Angebote, Wellness/Gesundheit)
 - Abstellung von Wohnmobilen/Caravans am Waldrand



Beherbergung – Fokus Qualität

Zertifizierungen und Klassifizierungen der Betriebe im Überblick



Zertifizierung und Klassifizierung basierend auf eigener Desktoprecherche

Gastronomie

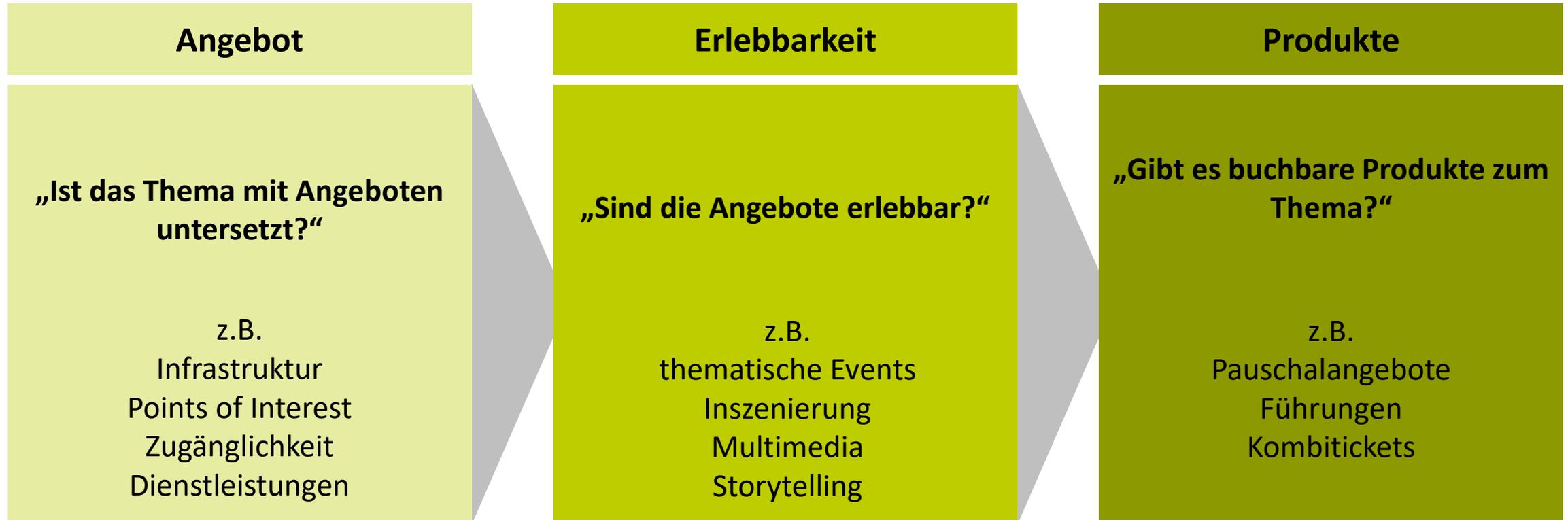
- **Aktuell 8 Betriebe mit differenziertem Angebot**
 - Mix aus gutbürgerlicher und internationaler Küche
 - Gehobene Küche bis Imbissangebote, neue Chokolaterie
 - Teilweise Einbindung regionaler Produkte
- **Verkauf regionaler Produkten in Gastronomie und als Souvenir**
- **Herausforderungen:**
 - Gesunkene Anzahl an Betrieben
 - Zielgruppenausrichtung steigerbar
 - Fehlende erlebnisgastronomische Angebote
 - Wenig gesundheitsorientierte Angebote
 - Teilweise eingeschränkte Öffnungszeiten



Themen und Produkte

Blitzlichter – ausgewählte Inhalte

Vorgehensweise der Bewertung



Zusammenfassung Themen, Angebote & Produkte

© Bilder: www.himmelpfort.de

	 Kultur	 Weihnachten	 Aktiv/Natur	 Wasser	 Gesund
Untersetzung mit Angeboten	✓	✓	✓	✓	○
Erlebbarkeit der Angebote	✓	○	✗	✓	✗
Verfügbarkeit von Produkten	✗	✗	○	✓	✗

✓ = gegeben ○ = zum Teil gegeben ✗ = nicht/kaum gegeben

Kultur und Veranstaltungen sowie Weihnachten

- **Klosterumfeld und Weihnachtskultur als Besonderheiten**
 - Bürgerstiftung Kulturerbe Himmelpfort zum Aufbau der Brauhaus-Ruine als kulturelles Zentrum und Veranstaltungslocation
 - Etablierung neuer Veranstaltungen, insb. Weihnachtshaus mit Sommerbühne und Netzwerk Craftwerk e.V.
- **Herausforderungen:**
 - Fehlende Erlebbarkeit des Klosters und Klostergartens, Verknüpfung Kloster – Klostergarten – Klosterküche – Geschichte deutlich steigerbar
 - Keine Einbindung des gesamten Ortes in die Weihnachtsaktivitäten (Fokus auf Übernachtungsgäste an den Weihnachtswochenenden „Weihnachtsortgedanke“)



© Bilder: www.himmelpfort.de

Radfahren und Wandern/Spazieren

- **Attraktive Wegeführung** zum Spaziergehen durch die landschaftlich bevorzugte Lage
- **Gute Anbindung an überregional ausstrahlende Radwege**
- **Stetige Stärkung** der radtouristischen **Bedeutung** der Region, bspw. **Digitalisierung** der Routen, eingeführtes Knotenpunktsystem für **durchgängige Qualität** an den überregionalen Routen und **Förderung der Orientierung**
- **Herausforderungen:**
 - Ausbau der radtouristischen Infrastruktur (z.B. E-Bike-Verleih und -Ladestationen, öffentliche sichere Abstellmöglichkeiten)
 - Ausbau der Zertifizierungen von Betrieben (bett+bike)
 - Lückenschluss im Wanderwegenetz zur Behebung von Stellen mit Gefährdungspotenzial
 - Erlebniswirksamer Naturlehrpfad als Zusatzangebot?



© Bilder: www.himmelpfort.de

Wassertourismus



© Bilder: www.himmelfort.de

- **Natürliche Lage** an der Bundeswasserstraße Obere Havel, im Gewässersystem der Mecklenburgischen Seenplatte und zwischen den vier Seen
- Netz an **Bootsanlegestellen** und **Bootsvermietungen** im Ort
- Einbindung in **Fahrgastschifffahrt, Kaffenkahn**
- **Badestellen** mit Infrastruktur (Spielplätze, Toiletten etc.)
- Weitere Ansätze
 - Kreative Angebotsgestaltung, bspw. SUP-Touren

Sport, Gesundheit/Wellness



- **Anbindung an den Laufpark Stechlin**
 - **Vorhandensein von Sportplatz und Kleinsportanlagen**
 - **Saunen bei einzelnen Anbietern für Gäste**
-
- **Herausforderungen:**
 - Fehlende gesundheits- und wellnesorientierte Angebote (Kursangebote, Wellnessangebot, kleine Sportveranstaltungen außerhalb der Saison)

Marketing und Kooperation

Außenmarketing

- **Überregionale Bekanntheit als Weihnachtsort**
- **Professionelles Marketing** durch REGiO-Nord mbH und Nutzung des **Größenvorteils** durch gemeinsame Vermarktung (v.a. Fürstenberger Seenland)
- **Moderne Website** erfüllt Gästeerwartungen, Nutzung von Social Media-Kanälen
- **Herausforderungen:**
 - Anpassung der Printmaterialien (v.a. Flyer touristischer Leistungsträgern) im **Corporate Design** steigerbar
 - **Stärkere Berücksichtigung** Himmelpforts auf dem Instagram-Kanal „visit_fuerstenberger_seenland“



Himmelpfort



kaum Berücksichtigung Himmelpforts im Social Media-Auftritt

übergreifender Betrieb der Website durch Tourismusverband Fürstenberger Seenland e.V. → einheitliches Corporate Design

Vertrieb und Produkte

1 2 3 4 5 6

Reisedaten Objektwahl Zimmerwahl Kundendaten Daten prüfen Bestätigung

Buchen Sie hier direkt und verbindlich aus den Angeboten vom **Stechliner, Fürstenberger & Rheinsberger Seenland**
Bitte geben Sie Ihre Reisedaten ein!
Am Ende der Buchung können Sie sich eine Bestätigung ausdrucken!

Ort: Fürstenberger & Rheinsberger Seenland
Altglobow (16775)
Fürstenberg/Havel (16798) höher tiefer

(oder Direkteingabe (Ort oder Region))

Anreise: Tag Monat Jahr 2021 alternativ 0 Tage früher
Abreise: Tag Monat Jahr 2021 alternativ 0 Tage später

Personen (↕) 2 Erwachsene
0 Kind(er) im Alter von Alter wählen Jahren mehr Kinder

Haustiere

Freie Unterkünfte suchen

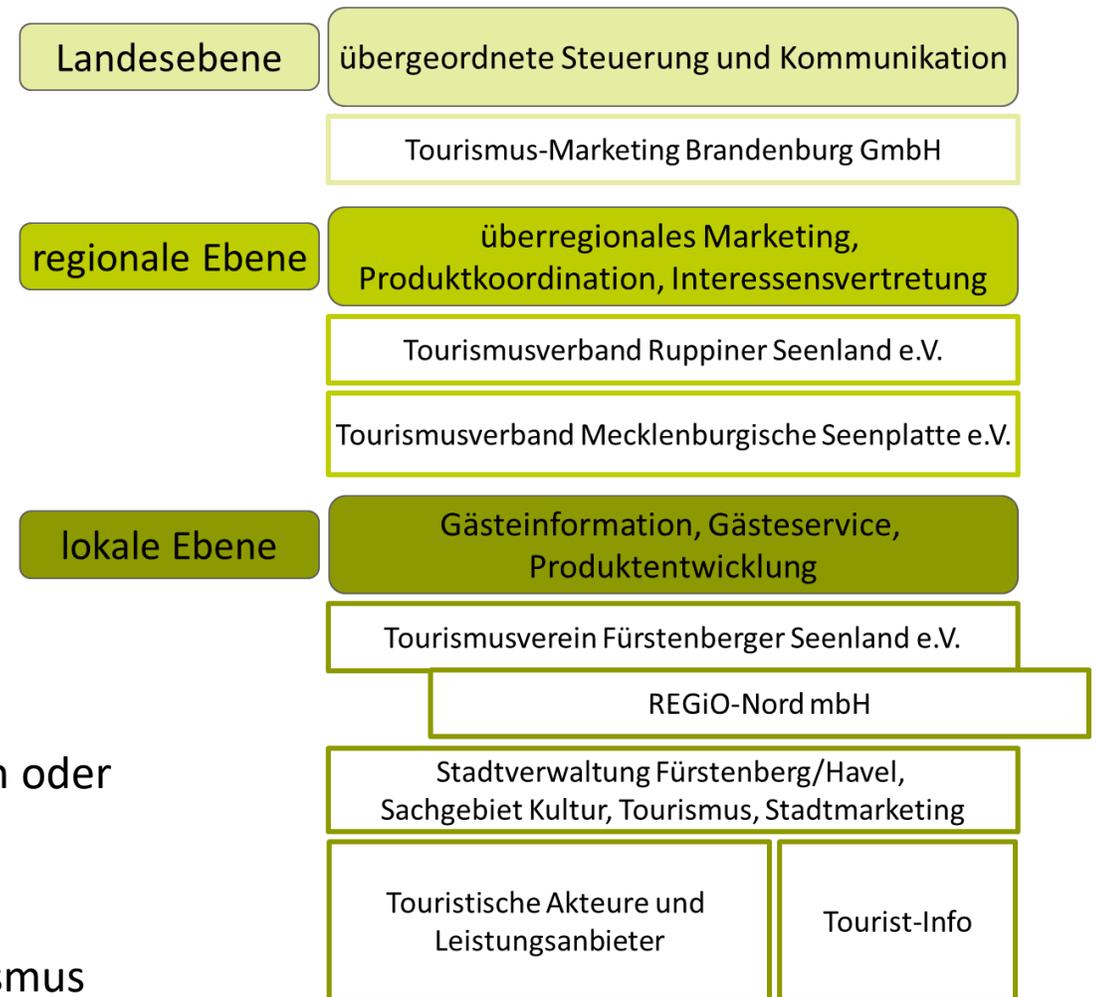
Information und Buchung aller Beherbergungen über:
Telefon: +49 (0)33093-32254
E-Mail: info@fuerstenberger-seenland.de

© 2021 • [DS Booking Solution](#) • [Impressum](#) • [Datenschutz](#)

- Einbindung von **Buchungsplattform für Unterkünfte**, **aber:** nicht alle Unterkünfte enthalten
- Vorhandensein eines **Veranstaltungskalenders**, **aber:** keine Veranstaltungen in Himmelpfort auffindbar (beachte Pandemie!)
- **Informative und ansprechende Beschreibung** von Angeboten/Produkten auf der Website
- **Wenige buchbare Pauschalen oder Produkte dargestellt**
- **Herausforderungen:**
 - Fehlende Darstellung von buchbaren Pauschalen oder Produkten bzw. direkte Buchbarkeit

Organisation und Kooperation

- **Arbeitsteilung im Drei-Ebenen-Modell**
- **Interkommunale Kooperation/REGiO-Nord mit Wahrnehmung ausgewählter lokaler Aufgaben**
- **Zweigstelle der TI Fürstenberg/Havel in Himmelpfort**
 - Gute Kooperation der TIs der Region
 - Schwerpunkt Himmelpfort: Gästeinformation
 - Attraktives Umfeld (aber: von Außen wenig erkennbar)
 - Räumliche Optimierungsbedarfe
- **Herausforderungen:**
 - Arbeitskreis Tourismus nicht mehr bestehend → keine kontinuierliche Abstimmung, eher bilaterale Kooperation oder im Rahmen themenbezogener Anlässe
 - Gemeinschaftssinn von Alt- und Neubürgern?
 - Veränderte Anforderungen an lokale Aufgaben im Tourismus und TI als Netzwerkstelle



Staatlich anerkannter Erholungsort

Warum Erholungsort?

- **Imagesteigerung** durch die Vermittlung von **Qualitätsanspruch** über die Prädikatisierung
- Unterstützung durch **Förderprogramme vom Land Brandenburg** bei der Qualitätssteigerung der Infrastruktur
- **Zusätzliche Einnahmen** durch Erhebung von Kurbeiträgen möglich (auch für kostenfreien ÖPNV nutzbar)
- **Marketingeffekt** durch die Ausrichtung des Tourismus im Land Brandenburg (Gesundheitstourismus, Ansprache von gesundheitsbewussten Zielgruppen, Hervorhebung von Erholungsorten)
- **Orientierung an Gästebedürfnissen** auf der Suche nach Entschleunigung, Erholungsurlaub und gesundheitlicher Vorsorge



Förderprogramm GRW-I
Ausbau der wirtschaftsnahen kommunalen Infrastruktur:
Maßnahmen zur Qualitätssteigerung öffentlicher
Infrastrukturen **in staatlich anerkannten**
Kur- und Erholungsorten

Erholungsort – Aktuelle Bewertung BbgKOG §2 (1), allgemeine Kriterien

Anforderung	
Erholungsortentsprechender Ortscharakter, Auszeichnung durch Gestaltung, besondere Berücksichtigung des Schutzes der Gesundheit und der Umwelt, Berücksichtigung des landschaftsgebundenen Bauens	
Keine Beeinträchtigungen durch eine Belastung des Bodens oder des Wassers, der Luft, Lärm- oder Geruchseinwirkungen, Erschütterungen sowie optische Beeinträchtigungen	
Maßnahmen der Verkehrsberuhigung nach anerkanntem Stand der Technik zur Minderung von Stärke und Geschwindigkeit des Kraftfahrzeugverkehrs im Ort	
Einrichtungen entsprechen den allgemein gültigen Qualitätsstandards, den wissenschaftlichen und technischen Standards und nachvollziehbar den Anforderungen an einen barrierefreien Tourismus und halten ein Qualitätsmanagement vor	
Ausreichende gesundheitsorientierte Angebote im Gastgewerbe	
Vorhandensein einer qualifizierte Touristeninformationsstelle unter Erfüllung von Mindestkriterien	
Vorhandensein von sportlichen, kulturellen und Freizeiteinrichtungen sowie entsprechenden Angeboten für Gäste	
Angebot von mindestens 100 Betten in Beherbergungseinrichtungen; Nachweis der Ausstattungs-/Servicequalitäten durch offizielle Qualitäts- bzw. Klassifizierungsmaßnahmen	

Erholungsort – Aktuelle Bewertung BbgKOG §9, speziell Erholungsorte

Anforderung	
Landschaftlich bevorzugte und klimatisch begünstigte Lage	
Für die Erholung geeignete Einrichtungen	
Gekennzeichnete Rad- und Wanderwege	
Nutzbare Freiflächen für Sport, Spiel, Freizeit und Erholung	
Frei- oder Hallenbad in angemessener Entfernung	
Regelmäßige gesundheitsförderliche Angebote, die für alle Gäste zugänglich sind	

Schlussfolgerungen

Ergebnisse der Fokusinterviews

Ausgewählte Statements aus bisherigem Prozess und Gesprächen





Stärken

- **Sehr gute naturräumliche Ausstattung** mit landschaftlich günstiger Lage und Voraussetzungen für landschafts- und wasserbezogene Freizeitaktivitäten
- **Gute Anbindung** über (Wasser-)Wege und Straßen
- Attraktives Ortsbild und sehr gute **Aufenthaltsqualität**
- Einheitliches und konsequentes **touristisches Leitsystem** zur Orientierungshilfe und Besucherlenkung
- Einzelne **zielgruppenspezifische Beherbergungskonzepte** tragen zur Diversifizierung des Angebots bei und stärken die Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen
- **Weihnachten** als Zugpferd und Belebung der Nebensaison
- Gute Voraussetzungen im Bereich **Wasser- & Radtourismus**
- Professioneller Auftritt in der **Online-Vermarktung**, gute Einbindung in das **ganzheitliche Marketing** Brandenburgs und der Reisegebiete



Schwächen

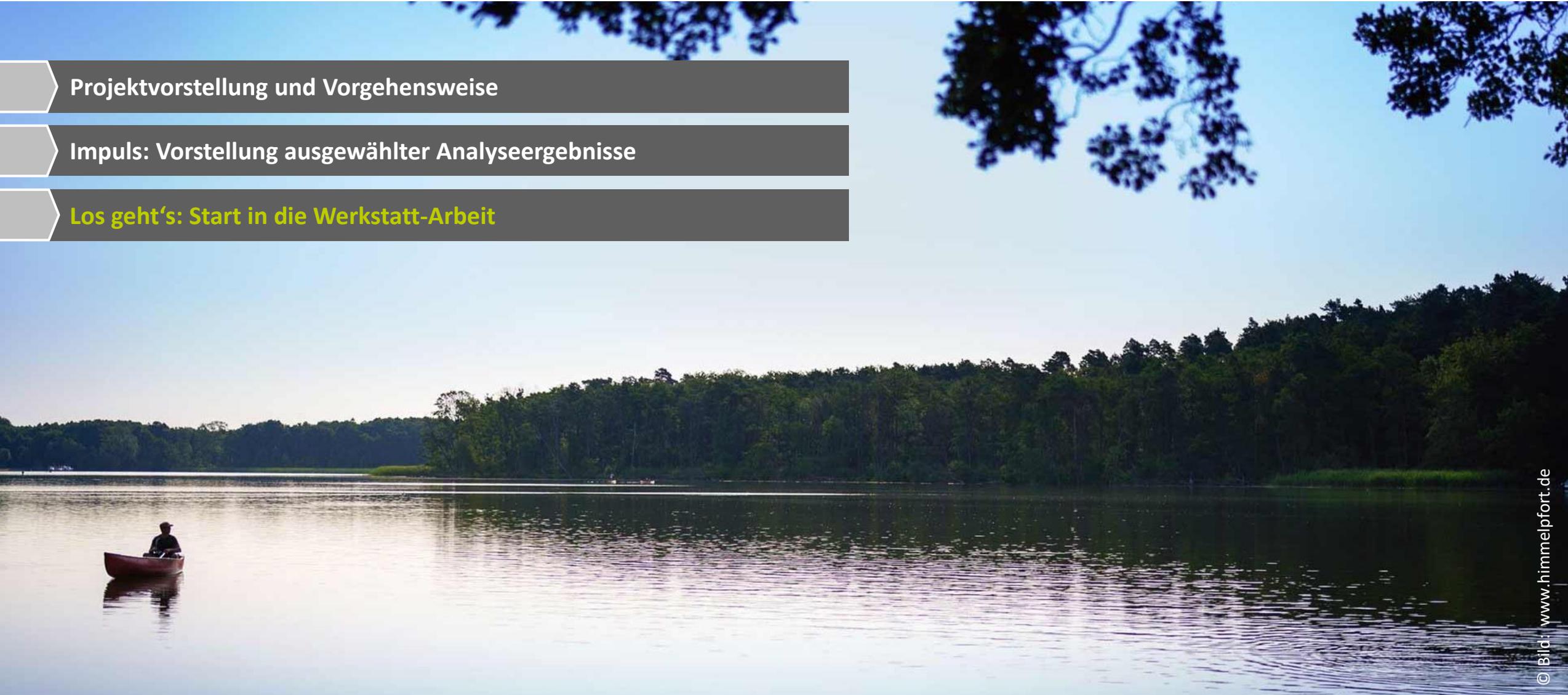
- **Miteinander, Abstimmungen, Gemeinschaftsgedanke, gemeinsame Entwicklungsperspektive** steigerbar
- **Sinkende Anzahl der Gastronomiebetrieben**
- **Wenig Qualitätsmanagement(systeme) der Anbieter, kaum klassifizierte und zertifizierte Betriebe**
- **Keine bis kaum gesundheits- und wellnessorientierte Angebote der Anbieter**
- Fehlende Infrastruktur **für E-Mobilität**
- Kaum **Schlechtwetterangebote** für die Freizeitgestaltung
- Anzeichen sinkender Akzeptanz bei der Bevölkerung bspw. aufgrund von Lärm bei Veranstaltungen → (Impuls: mehr gemeinwohlorientierte Tourismusentwicklung?)
- Parkplatzsituation als kritisch diskutiertes Thema
- Allgemeine Herausforderungen: Digitalisierung, Fachkräftemangel, demographische Entwicklungen

Gliederung

Projektvorstellung und Vorgehensweise

Impuls: Vorstellung ausgewählter Analyseergebnisse

Los geht's: Start in die Werkstatt-Arbeit



Vielen Dank!

*Dieses Dokument ist Teil der
Präsentation und ohne die mündliche
Erläuterung unvollständig*

www.bte-tourismus.de

