



2. Teil Inhaltliche Entwicklungsstrategien

- 12 Strategien allgemein
- Strategien für die einzelnen Ortsteile sowie für die Kernstadt
- Katalog mit 29 Maßnahmen, davon
 - 19 mit sehr hoher Priorität ●●●
 - 7 mit hoher Priorität ●●
 - 3 mit weniger hoher Priorität ●

Strategie 1: Prädikatisierung als staatlich anerkannter Erholungsort

- Beschluss der Stadtverordneten zum Erholungsortentwicklungskonzept als Grundlage für die Tourismusplanung bis 2025 und Erfüllung der vom Landesfachbeirat im Abschlussgutachten geforderten Optimierungsmaßnahmen
- Darstellung der klimatischen Eignung im Rahmen eines Klimagutachtens
- Sicherstellung einer hohen Qualität in der Besucherinformation (Öffnungszeiten auch am Wochenende und Präsenz am Stadthafen)
- Stärkung der gesundheitstouristischen Ausrichtung
- Stärkere Berücksichtigung der Belange von mobilitätseingeschränkten Menschen



Strategie 1: Prädikatisierung als staatlich anerkannter Erholungsort

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitraum	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Beschluss der Stadtverordneten zur Erholungsortentwicklungskonzeption	●●●	Stadt	Erledigt ✓	In der Verknüpfung mit der Vergabe der Prädikatisierung	
Antrag auf Prädikatisierung zum staatlich anerkannten Erholungsort	●●●	Stadt	Erledigt ✓	Vor-Ort-Prüfung des Landesfachbeirates im Herbst 2015	
Erfüllung der im Abschlussgutachten des Landesfachbeirates geforderten Maßnahmen (Gutachten erfolgt im Ergebnis der Vor-Ort-Bereisung und der Erholungsortentwicklungskonzeption)	●●●	Stadt	laufend	Bereitstellung der erforderlichen Mittel	Auflage des MWE: Fortschreibung des Lärmaktionsplans Hinweise des MWE: z.B. Zwischenbericht in 2021 mit Teilbericht „Marketing“



Strategie 2: Weitere touristische Profilierung der Stadt im Außenauftritt sowie im Innenverhältnis

- Stärkere Beachtung/Herausstellung des touristischen Profils bei der Imagewerbung für die Gesamtstadt
- Konsequente Darstellung der definierten Positionierungsmerkmale im touristischen Marktauftritt der Stadt
- Stärkere Gewichtung des Tourismus bei der Politik
- Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Stadt und Tourismuswirtschaft



Strategie 2: Weitere touristische Profilierung der Stadt im Außenauftritt sowie im Innenverhältnis

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Einbindung des Tourismus als regelmäßig wiederkehrender TOP im Ausschuss für Bauen, Umwelt und Wirtschaftsförderung (in jeder Ausschusssitzung)	●●●	Stadt	laufend	Wichtig <u>kontinuierliche</u> Beschäftigung bzw. Auseinandersetzung d. Politik mit dem Thema Tourismus. Ggf. Bildung neuer Ausschuss mit Tourismus	regelmäßige Berichterstattung des ZV LSB und des TV in verschiedenen Ausschüssen
Durchführung eines jährlichen Tourismusforums	●●●	Stadt	laufend	Inhalte: kritische Auswertung der Saison, Vorstellung und Diskussion Maßnahmen und Ideen für die Folgesaison	Erstes Forum am 04.04.2017



Strategie 2: Weitere touristische Profilierung der Stadt im Außenauftritt sowie im Innenverhältnis

Überarbeitung der städtischen CD-Linie. Das touristische Profil sollte sowohl bei der Farbgebung als auch im Slogan und Stadtwappen deutlich werden.	●●●	Stadt	2017 ff.	Das Selbstverständnis als Tourismusort muss sich unbedingt im Außenauftritt der Stadt widerspiegeln. Beauftragung einer geeigneten Agentur zur Ausarbeitung verschiedener Vorschläge	CD-Linie wird nicht komplett erneuert sondern, ergänzt Logo Erholungsort – Auftrag erteilt zur Erstellung verschiedener Vorschläge
Überarbeitung des touristischen Internetauftritts der Stadt in Bezug auf Inhalte und Barrierefreiheit	●●●	Stadt	2017	Insbesondere Herausstellung der Positionierungsmerkmale auf der touristischen Einstiegsseite	Stadt überarbeitet Struktur für neuen touristischen Internetauftritt, Schaffung von Schnittstellen mit TV und ZV, Minimierung Pflegeaufwand



Strategie 3: Touristische Erschließung der neuen Seen

- Wasserseitige Infrastrukturerschließung der neuen Seen mit nutzergerechten Anlegestellen und weitere Qualifizierung der wassertouristischen Infrastruktur des Senftenberger Sees
- Komplettierung der Seenrundwege
- Schaffung der konzeptionellen und planerischen Voraussetzungen zur Mobilisierung privatwirtschaftlicher Investitionen in touristische Einrichtungen
- Nutzung der Fördermöglichkeiten des Landes durch Sicherstellung bzw. Bereitstellung der städtischen Eigenmittel



Strategie 3: Touristische Erschließung der neuen Seen

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Umsetzung des Leitprojekts „Schaffung der infrastrukturellen und planerischen Grundlagen für die touristische Entwicklung der neuen Seen“	●●●	Stadt und LSB	laufend	Beantragung der Fördermittel mit Kofinanzierung durch Stadt	



Strategie 4: Weiterentwicklung der touristischen Angebotsgestaltung mit dem Schwerpunkt Aktivurlaub und Nebensaison

- Entwicklung profilgebender Aktiv-Angebote mit dem Schwerpunkt Laufen und Fitness für Erwachsene in allen Altersgruppen
- Entwicklung gesundheitsorientierter Aktivangebote und Arrangements mit dem Fokus auf die Zielgruppe 50 Plus
- Weiterer Ausbau touristischer Angebote für Familien
- Erweiterung/Qualifizierung tagungstouristischer Angebote



Strategie 4: Weiterentwicklung der touristischen Angebotsgestaltung mit dem Schwerpunkt Aktivurlaub und Nebensaison

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Umsetzung des Leitprojekts „Aktivpark Senftenberg. 1. Schritt Einrichtung Arbeitsgruppe, 2. Schritt Ausarbeitung eines Handlungsprogramms	●●●	Stadt	laufend	Projekträgerschaft durch die Stadt, Leitung der Arbeitsgruppe	Beispiele: Laufen/Joggen: Ausweisung von Laufstrecken und Vermarktung Elektromobilität
Entwicklung touristischer Angebote rund um die großen Sportveranstaltungen (z. B. spezielle Pauschalen)	●	Stadt	offen	Gespräch mit Veranstaltern Seenland 100, Seetriathlon und Lausitzring	



Strategie 5: Wassertouristische Profilierung durch Qualifizierung und Ausbau einer seenübergreifenden Angebotsstruktur zum Wasserwandern

- Weiterer Ausbau des Wasserwanderangebotes mit dem Schwerpunkt Charterangebote für motorisierte Boote/Flöße und Segelboote
- Förderung einer regional vernetzten Angebotsgestaltung zwischen den Seen (auch Einwegfahrten)
- Ausbau einer seenvernetzenden und stärker erlebnisausgerichteten Fahrgastschiffahrt
- Ermöglichung einer (organisierten) Umfahrung der Insel Senftenberger See mit muskelbetriebenen Booten



Strategie 5: Wassertouristische Profilierung durch Qualifizierung und Ausbau einer seenübergreifenden Angebotsstruktur zum Wasserwandern

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitraum	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Schrittweise Ausweitung des Bootscharterangebots für Tages- und Mehrtagestouren auf allen Seen des Gewässerverbunds	●●●	LSB und Anbieter	laufend	Vergrößerung der Bootsflotten und Verbreiterung des Angebots an Bootstypen (komfortable Flöße, Segelboote mit Übernachtungsmöglichkeiten) sowie umweltgerechter Antriebe (Solartechnik, Elektromotoren)	Schaffung von ausreichend Bootsanlegestellen



Strategie 5: Wassertouristische Profilierung durch Qualifizierung und Ausbau einer seenübergreifenden Angebotsstruktur zum Wasserwandern

<p>Aufbau eines attraktiven Fahrgastschiffverkehrs mit regelmäßigem Linienverkehr (v.a. Senftenberg – Sedlitz – Großräschen) und themen- und erlebnisorientierten Charterfahrten</p>	<p>●●●</p>	<p>Privat</p>	<p>laufend</p>	<p>Wichtig Angebotsvernetzung Wasser & Rad (bei den neuen Schiffen unbedingt darauf achten, dass ausreichende Kapazitäten für Radmitnahme geschaffen werden)</p>	<p>Erstmals 2017: an 3 Terminen Kombinationsangebot Seeschlange nach Geierswalde und retour mit Aqua Phönix</p> <p>Fahrradmitnahme auf Aqua Phönix mit Anmeldung, begrenzte Kapazität</p> <p>Idee: Erlebnisangebote / Veranstaltungen mit dem Fahrgastschiff in der Nebensaison, ggf. mit Partnern</p>
--	------------	---------------	----------------	--	--



Strategie 6: Sicherstellung einer hohen Qualität in Besucherinformation und –service

- Gewährleistung einer personell besetzten Touristinformation in der Saison, auch am Wochenende
- hohe Berücksichtigung mobilitätseingeschränkter Menschen in der touristischen Beratung und Kommunikation



Strategie 6: Sicherstellung einer hohen Qualität in Besucherinformation und –service

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Konzepterstellung Aufgaben und Kosten für besuchergerechte Betreuung der TI mit nachfolgendem politischen Beschluss für eine auf fünf Jahre verlässliche Bezuschussung der Touristinfo	●●●	Stadt, TV LS	Erledigt ✓	Unter Berücksichtigung Erhalt des Infopunktes am Stadthafen	Umbau der Tourist-Information
Ausweisung und Qualifizierung Museum als offizieller Partnerstelle der TI v.a. am Wochenende und in der Wintersaison	●●	Landkreis und TV LS	Erledigt ✓	Offizielle Kooperationsvereinbarung abschließen und touristische Qualifizierung der Mitarbeiter	



Strategie 6: Sicherstellung einer hohen Qualität in Besucherinformation und –service

Schaffung einer höheren Transparenz über Zugänglichkeit des touristischen Angebots für mobilitätseingeschränkte Menschen	●●●	Stadt, TV LS und LK		1. Zusammenführung bisheriger Erfassungen durch TV, Landkreis und Stadt und deren Aktualisierung bzw. ggf. Erweiterung. 2. Schritt Umfassende Kommunikation über Zugänglichkeit und Barrieren über die städtischen Internetseite	TV und TI verfügen über detaillierte Erfassungen Vernetzung und Verknüpfung der vorhandenen Erfassungen Verlinkung zur TMB, www.barrierefrei-brandenburg.de
Ausweitung thematischer- und zielgruppenspezifischer Stadtführungen (Buchbarkeit auf Anfrage für Gruppen)	●●	Stadt	tw. Erledigt ✓	Spezielle Führungen für Kinder, kulinarische Stadtrundgänge, Stadterkundungsspiel usw.	Angebote für Kinder ab April 2017
Ausarbeitung spezieller Führungen für Menschen mit Behinderung	●●	Stadt	2017 ff	Für unterschiedliche Behinderungsformen, nicht nur gehbehinderte, sondern auch für sehbehinderte Menschen und Gehörlose	Erarbeitung durch TI



Strategie 7: Weitere Qualifizierung des Gastgewerbes

- Steigerung des Anteils an DEHOGA oder DTV klassifizierten Übernachtungsbetrieben/Privatvermietungen
- Ausbau einer zielgruppenausgerichteten touristischen Angebotsgestaltung durch die Hotels und Ferienanlagen
- Stärkere Berücksichtigung Belange mobilitätseingeschränkter Menschen im Übernachtungsgewerbe: Verbesserung der Zugänglichkeit vor allem aber Erhöhung der Transparenz
- Stärkerer Einsatz regionaler Produkte v. a. Fisch und eines stärker gesundheitsorientierten Speisenangebots in den Gastronomiebetrieben



Strategie 7: Weitere Qualifizierung des Gastgewerbes

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Ansiedlung eines profilierten Hotel- bzw. Unternehmensebetriebes am Stadthafen auf Grundlage hoher Anforderungen an das Angebotsprofil und die Gestaltung	●●	LSB und Stadt	offen	überzeugendes Konzept für Hotel erforderlich, keine Doppelung vorhandener Einrichtungen, sondern Angebotsprofil, mit dem neue Zielgruppen v. a. auch in der Nebensaison angesprochen werden können	
Mobilisierung weiterer Beherbergungsbetriebe zur DEHOGA-Klassifizierung (gewerbliche Betriebe) oder DTV-Klassifizierung (Privatvermieter)	●	TV LS und Stadt	laufend	klassifizierte Betriebe in der Vermarktung prominenter darstellen z. B. Auflistung in der Reihenfolge oben	
Gemeinsame Aktionen der Gastronomie	●●	Gastronomen und Stadt		z. B. Gesundheitswochen mit gesunder Ernährung	



Strategie 8: Stärkere Vernetzung von Kultur und Tourismus

- Bessere Integration des kulturellen Angebots in die touristische Angebotsgestaltung und Vermarktung
- Gezielte Aufbereitung der touristischen Potenziale der Neuen Bühne und des Amphitheaters
- Zielgerichtete informelle Vermarktung der kulturellen Veranstaltungspotenziale für die „Eh-Da-Gäste“
- Weitere touristische Profilierung der Gartenstadt Marga und touristische Aufbereitung der Stadtgeschichte



Strategie 8: Stärkere Vernetzung von Kultur und Tourismus

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Entwicklung kulturtouristischer Angebote mit dem Theater v. a. im Zusammenhang mit der Veranstaltungsreihe „Spektakel“	●●●	Stadt und Theater	laufend	Arrangements mit Ticket und Übernachtungsleistung und ggf. auch weiterer Leistungen (z. B. Blick hinter die Kulissen)	Kontaktaufnahme mit Theater und Vermittlung mit Leistungsträgern
Entwicklung eines historischen Stadtrundgangs in der Kernstadt mit Routenvorschlag sowie Objekttafeln und Infostelen entlang der Route	●●	Stadt	Erledigt ✓	Kommunikation über städtischen Internetseiten und Flyer. Grundlage ehem. Flyer „Kleiner Stadtrundgang in Senftenberg“	
Entwicklung eines Rundgangs mit Routenvorschlag durch die Gartenstadt Marga zur (historischen) Vermittlung der Gartenstadt für Individualbesucher	●●●	Stadt	Erledigt ✓	Vermittlung historischer Hintergründe und räumlicher Überblick über einen zentralen Infopunkt (idealerweise Marktplatz). Entlang der Route Objekttafeln und Infostelen	



Strategie 9: Qualifizierung Besucherlenkung sowie Verkehrs- und Freizeitwege-Infrastruktur

- Gezielte Lenkung der Innenstadtbesucher zu einem zentralen Besucherparkplatz
- Stärkung der touristischen Achse Hafen und Markt
- Optimierung der Besucherinformation an den Bahnhöfen
- Erhalt der Qualitätsstandards für die bestehenden Freizeitwege durch kontinuierliche Pflege und ggf. Sanierung
- Schrittweise Qualifizierung des tourismusrelevanten Straßennetzes in den Ortsteilen



Strategie 9: Qualifizierung Besucherlenkung sowie Verkehrs- und Freizeitwege-Infrastruktur

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitraum	Anmerkungen
Errichtung eines Park-Leitsystems in der Kernstadt	●●●	Stadt		Ausweisung eines zentralen Besucherparkplatzes für die Innenstadt
Qualifizierung des Radwegenetzes mit Lückenschlüssen und Optimierung Oberflächenbeschaffenheit. Wichtig jährlicher Checkup der Freizeitwege nach und vor der Saison	●●●	Stadt und LSB		Handlungsbedarf Qualifizierung v. a. Niemtsch, Peickwitz und Hosena. Vollendung der Rundwege an den neuen Seen



Strategie 10: Verbesserung der touristischen Aufenthaltsqualität in der Kernstadt und in allen Ortsteilen

- Weiterentwicklung des Stadthafens zu einem überregional ausstrahlenden Ausflugsziel und als Flanierpunkt
- Qualifizierung der beiden Bahnhöfe einschließlich des direkten Umfeldes
- Weitere Sanierung der Altbausubstanz an den touristisch relevanten Standorten
- Optimierung/Bewahrung einer hohen Qualität in der Außenmöblierung am See, in der Altstadt und den touristischen „Brennpunkten“ der Ortsteile
- Beachtung hoher Gestaltungsanforderungen bei der Neuentwicklung öffentlicher und privater touristischer Infra- und Angebotsstruktur



Strategie 10: Verbesserung der touristischen Aufenthaltsqualität in der Kernstadt und in allen Ortsteilen

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Durchführung von Gestaltungsbettbewerben mit Anwohnern	●	Stadt	Offen	z.B. Begrünung Häuser, Balkone	
Jährlicher Checkup Außenmöblierung in den touristischen Bereichen und der Qualität der touristischen Empfangsräume	●●	Stadt	Regelmäßig	Klare Zuordnung dieser Aufgaben innerhalb der Stadtverwaltung	

Strategie 11: Konsequente Integration in die touristische Profilierung des Lausitzer Seenlands

- Unterstützung einer schlagkräftig aufgestellten regionalen Vermarktungsstruktur
- Aktives Mitwirken in den Vermarktungsaktivitäten des Tourismusverbandes



Strategie 11: Konsequente Integration in die touristische Profilierung des Lausitzer Seenlands

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Weiterhin aktive und führende Rolle der Stadt in der Bewerbung des Lausitzer Seenlands	●●●	Stadt	laufend	Auch im Hinblick auf die Mitarbeit im Verband bzw. Vorstand	



Strategie 12: Nachhaltige Sicherung der städtischen Tourismusförderung in Infra- und Servicestruktur als freiwillige Aufgabe der Stadt

- Nutzung/Einsatz von Instrumenten zur Finanzierungsbeteiligung
Dritter



Strategie 12: Nachhaltige Sicherung der städtischen Tourismusförderung in Infra- und Servicestruktur als freiwillige Aufgabe der Stadt

Maßnahme	Priorität	Zuständigkeit	Zeitrahmen	Anmerkungen	Ergänzungen und nächste Schritte, AG am 11.01.2017
Ausarbeitung eines Umsetzungskonzepts zur Einführung Tourismusabgabe und/oder Kurtaxe	●●●	Stadt	2018 ff.	Klärung aller juristischen Detailfragen und Kosten der Einführung und Betreibung	