



LEITBILD 2008-2015

LEWITZ

REGION



INHALT

1	Leitbild für die Lewitz-Region	3
	Herausforderungen und Aufgaben	3
	Unsere Stärken	3
	Unsere Ziele	5
	Worauf wir bauen	6
2	Der Prozess	8
3	Die Akteure	9
4	Die Handlungsfelder	10
5	Die Zielstellungen im Detail	11
	Marketing und Produktentwicklung	12
	Wegenetz und Infrastruktur	13
	Kultur und BUGA	15
6	Die Umsetzung	17
	Die Identität der Region	17
	Unsere Leitsätze	18
	Die Präsentation nach außen – Logo und Corporate Identity	19
7	Das Handlungsprogramm	20
	Im Überblick	21
	In Projektpässen	23

Ein Leitbild – wozu?

Herausforderungen und Aufgaben

Die Lewitz-Region steht wie viele ländliche Regionen Mecklenburg-Vorpommerns vor tiefgreifenden Veränderungen. Sinkende Wertschöpfung in der Agrarwirtschaft – der stärksten Säule im Wirtschaftsgefüge -, fehlende Zukunftsperspektiven für junge Menschen, Abwanderung und demographischer Wandel stellen uns vor komplexe Herausforderungen, denen wir nur mit einer umfassenden Neuausrichtung begegnen können.

Es gilt, neue Entwürfe für ein Leben und Arbeiten in der Lewitz zu entwickeln, den Menschen Perspektiven aufzuzeigen, ihre Initiative und Gestaltungskraft zu fördern. Neue Formen des Wirtschaftens sind gefragt, will die Region wettbewerbsfähig bleiben.

Dabei geht es um nicht mehr und nicht weniger als

- § den Erhalt unseres Lebensraumes
- § die Investition in zukunftsfähige Wirtschaftszweige
- § die Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen
- § durch neue ländliche Wirtschaftsformen an den Schnittstellen zwischen Landwirtschaft, Tourismus und erneuerbaren Energien
- § eine moderne Infrastruktur
- § den Erhalt unserer Kulturlandschaft
- § den Schutz der intakten Natur und der Vielfalt der Arten in Flora und Fauna

Nachhaltigkeit ist dabei die Handlungsmaxime für alle Bereiche der regionalen Entwicklung – in Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft.

Unsere Stärken

Die Lewitz ist ein Lebensraum für Menschen mit Ideen und Gestaltungskraft. Die Menschen identifizieren sich mit ihrer Region, sie agieren verantwortlich und haben sich seit Generationen ihre Lebensgrundlagen mit Eigeninitiative und Kreativität erarbeitet.

Wir verfügen über

- § historisch gewachsene leistungsfähige Agrarstrukturen,
- § ein abwechslungsreiches Mosaik an Landschaftsräumen mit viel Freiraum für aktive Erholung,
- § eine gute Anbindungen an alle Verkehrswege,
- § ein mildes Klima,
- § lebendige Traditionen
- § und Menschen, die ihrer Region verbunden sind.

Diese Stärken wollen wir intensiver nutzen und in die regionale Wertschöpfung einbringen. Unser oberster Grundsatz ist dabei die Bewahrung und nachhaltige Nutzung der natürlichen Qualitäten und Ressourcen der Region.



Nur so kann und soll ein sanfter Tourismus als Motor der regionalen Entwicklung in der Lewitz-Region funktionieren. Vor den Toren Schwerins ist die Lewitz attraktives Naherholungsziel für Einheimische und Besucher gleichermaßen. In der Naturlandschaft der Lewitz liegen Ruhe und Vitalität zugleich, die im Betrachter neue Energien freisetzen.

Energien, die uns Kraft geben neue Wege zu gehen.

Die Gemeinden der Lewitz-Region arbeiten gemeinschaftlich an den gesteckten Zielen, in engem Zusammenspiel der beteiligten Landkreise. Wir nutzen dabei das Wissen der öffentlichen und privaten Akteure - gemeinschaftlich, unkonventionell und eigenverantwortlich.



Unsere Ziele

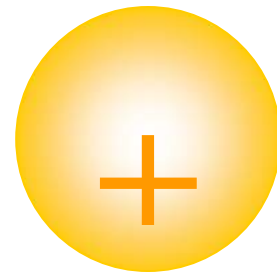
- Ø die Lewitz als festen Begriff für eine Region zu etablieren, die attraktive Bedingungen für naturgebundene Aktivitäten und Erholungsformen bietet,
- Ø die Lewitz als eine Region zu entwickeln, die ihre vorhandenen Potentiale zur Positionierung als attraktiver Tourismusraum ausschöpft.
- Ø den Tourismus als Wirtschaftssektor zu entwickeln, der die Wertschöpfung in der Region erhöht
- Ø dazu attraktive touristische Produkte zu gestalten, die die Region für Touristen erfahrbar machen
- Ø den Lewitz-Raum in einem gemeinsamen Außenauftritt zu vermarkten und nach innen eine gemeinsame Identität zu entwickeln
- Ø die Beteiligung an der BUGA 2009 als einer der Außenstandorte als Initialzündung für die eigene Profilierung als Erholungsregion zu nutzen und

darüber hinaus

- Ø die regionalen Kräfte sinnvoll zu bündeln und entstandene Kooperationen zwischen den lokalen Akteuren in der weiteren regionalen Entwicklung konsequent auszubauen
- Ø Kommunikation, Kooperation und Netzwerkdenken als Basis partnerschaftlichen Handelns zu kultivieren
- Ø die regionale Identität weiter zu stärken und die Lewitz-Region als Modellregion für eine nachhaltige Regionalentwicklung zu profilieren
- Ø die Pflege und Erhaltung der Natur- und Kulturlandschaft als Lebensgrundlage und Voraussetzung für das touristische Angebot
- Ø Förderung der Zusammenarbeit zwischen Tourismus und flankierenden Wirtschaftsbereichen durch den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten
- Ø Wirtschafts- und Produktionskreisläufe zu stärken, die geeignet sind, eine zukunftsfähige, auf den ländlichen Raum abgestimmte, Energie- und Ressourcenschonende regionale Wirtschaft zu entwickeln

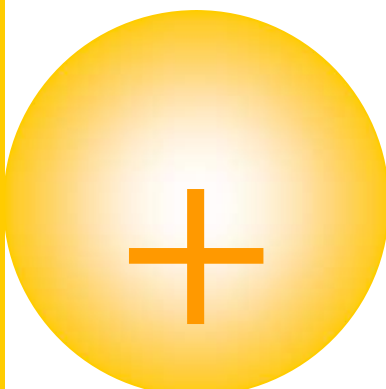


Worauf wir bauen



Stärken = unsere Entwicklungschancen

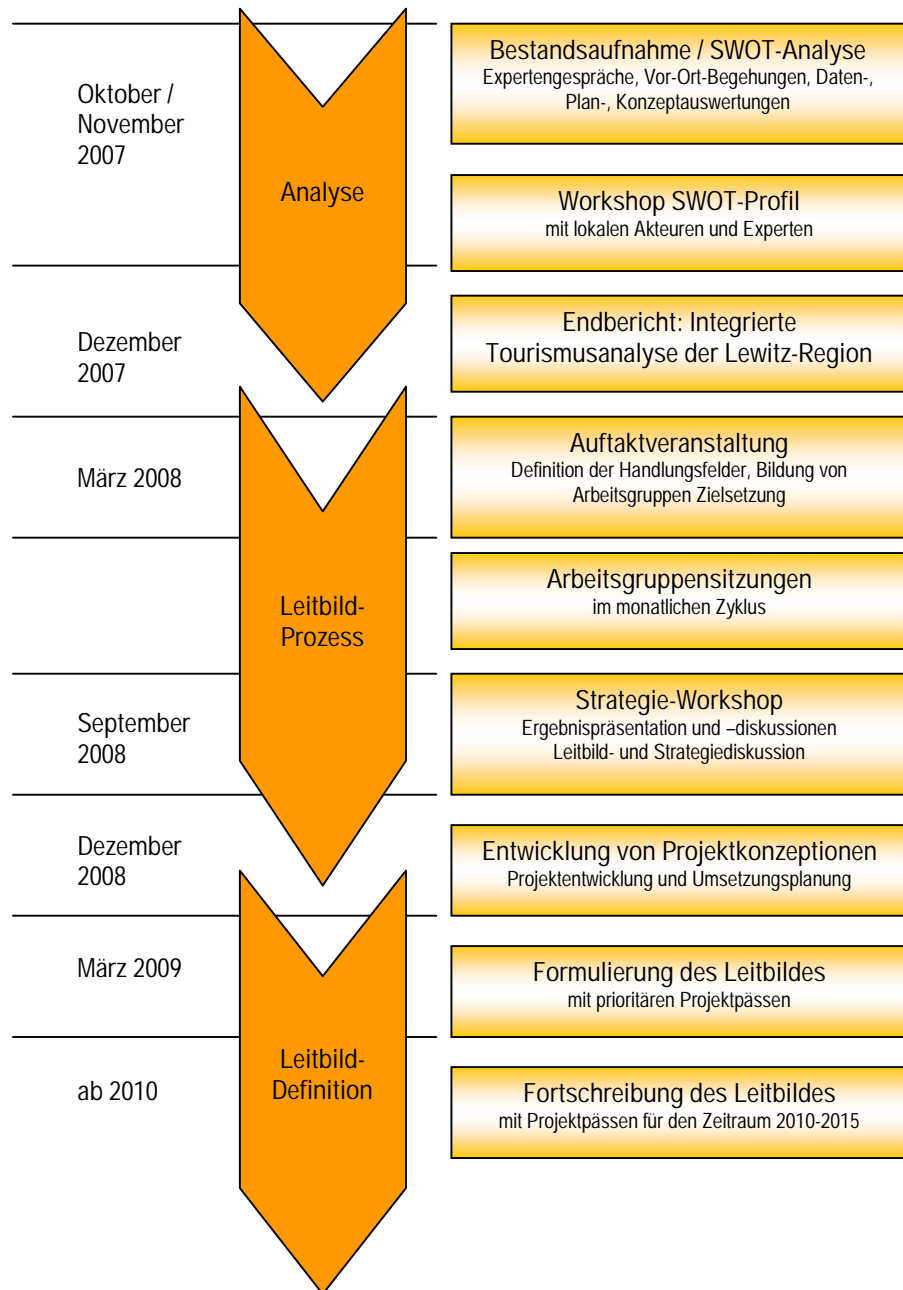
Naturraum & Naturtourismus	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz ist Rückzugsraum, in dem Natur und Mensch Kraft schöpfen und neue Energien entfalten. Ü Die Lewitz verfügt über ein abwechslungsreiches Mosaik an Landschaftsräumen und bietet damit einer vielfältigen Flora und Fauna eine Lebensgrundlage. Ü Die Landschaft hat einen hohen Erholungswert.
Touristische Attraktivität	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz-Region ist ein ländlicher Raum mit viel natürlichem Freiraum und dörflicher Lebenskultur. Die touristischen Leuchttürme sind die Burg Neustadt-Glewe und das Jagdschloss Friedrichsmoor. Ü Die Lewitz bietet in ihrer Weiträumigkeit gute Voraussetzungen für aktive Erholungsformen, die über die Fortbewegung zu Fuß, mit dem Rad, dem Pferd, dem Boot die Schönheiten der Region erschließbar machen. Ü Die Region verfügt über eine rege Veranstaltungskultur, die einen Eindruck von lebendiger Kultur, ländlichem Brauchtum und Leben erzeugen.
Anbindung & Lage	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Erreichbarkeit auf dem Land- und Wasserweg ist gewährleistet. Die Lewitz-Region ist sowohl an das überregionale Autobahnnetz, sowie an die überregionalen Wasserwege direkt angeschlossen. Ü Die Lewitz-Region liegt in direkter Umgebung zu attraktiven touristischen Zielen wie der Landeshauptstadt Schwerin, der Städte Ludwigslust, Parchim, etc. sowie zwischen den zwei Wassertourismusrevieren Mecklenburgische Großseenplatte und Schweriner Seengebiet, die durch die Müritz-Elde-Stör-Wasserstraße miteinander verbunden sind.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Region verfügt über stellenweise gut ausgebaute Rad- und Wanderwege, die die Erschließung der regionalen Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten ermöglichen.
Touristische Angebote	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz-Region verfügt über das nötige Profil, um touristisch attraktive Angebote in den Segmenten Naturtourismus, Agrartourismus und in Teilbereichen auch im Gesundheitstourismus anzubieten.
Regionale Identität & Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz-Region verfügt über eine historisch gewachsene gemeinsame Identität als herzogliches Domanial- und Jagdgebiet. Davon zeugen noch heute die landschaftliche Gestalt und historische Bausubstanz.



Schwächen = die Herausforderungen, die wir angehen

Naturraum & Naturtourismus	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz-Region besitzt eine attraktive Naturraumausstattung, die sich jedoch nicht wesentlich von der der umliegenden Regionen unterscheidet. Ü Die Lewitz verfügt über kein klares Profil im Bereich Naturtourismus. Es gibt keinen großräumigen Schutzgebietstatus im Sinne eines Biosphärenreservats oder Naturparks als Grundlage einer gemeinsamen Identität und Entwicklungsperspektive. Ü Die Lewitz-Region ist im Segment des Naturtourismus von starken Wettbewerbspartnern mit bis dato besserer Profilierung umgeben.
Anbindung & Lage	<ul style="list-style-type: none"> Ü Ausbaufähig ist weiterhin die durchgängige und einheitliche Vernetzung der touristischen Wegesysteme innerhalb der Lewitz-Region.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Ü Verbesserungsbedarf besteht in der Wegequalität und Vernetzung, der Ausschilderung über durchgängige touristische Leitsysteme, der Ausstattung mit überdachten Rastmöglichkeiten und der dörflichen Infrastruktur mit Ruhe- und Rastzonen, Serviceeinrichtungen, Gastronomie und Regionalläden.
Touristische Angebote	<ul style="list-style-type: none"> Ü In den Segmenten Agrartourismus und Gesundheitstourismus ist die Gestaltung von touristischen Angeboten noch stark ausbaufähig. Vorhandene Angebote im Bereich Naturtourismus müssen noch stärker erlebnis- und zielgruppenorientiert gestaltet werden. Ü Die bestehenden touristischen Angebote der Region sind bisher intransparent und sehr vereinzelt kommuniziert. Der Gesamtüberblick über die Möglichkeiten der Urlaubs- und Freizeitgestaltung in der Lewitz-Region ist noch nicht gewährleistet und nicht online buchbar. Ü Die Angebote sind bisher unzureichend miteinander vernetzt.
Regionale Identität & Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> Ü Die Lewitz-Region ist noch nicht als einheitliche Region wahrnehmbar. Die Gemeinden, Ämter und Landkreise arbeiten bisher nur eingeschränkt zusammen. Ü Eine Profilierung der Lewitz-Region als Tourismusregion kann nur erreicht werden, wenn es den Akteuren gelingt, sich auf eine gemeinsame Entwicklung unter vereinbarten Leitzielen zu verständigen und diese konsequent in allen Bereichen in einer mittel- bis langfristigen Perspektive umzusetzen. Ü Die Region muss sich dazu starke Partner im Umfeld erschließen und Synergieeffekte nutzen. Dazu gehören u.a.: der Regionale Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin, die Stadtmarketinggesellschaft Schwerin, die Tourist-Informationsstellen der Städte im Umfeld, EUROPARC Deutschland & Verband Deutscher Naturparke, die Deutsche Bahn (Fahrziel Natur), etc.

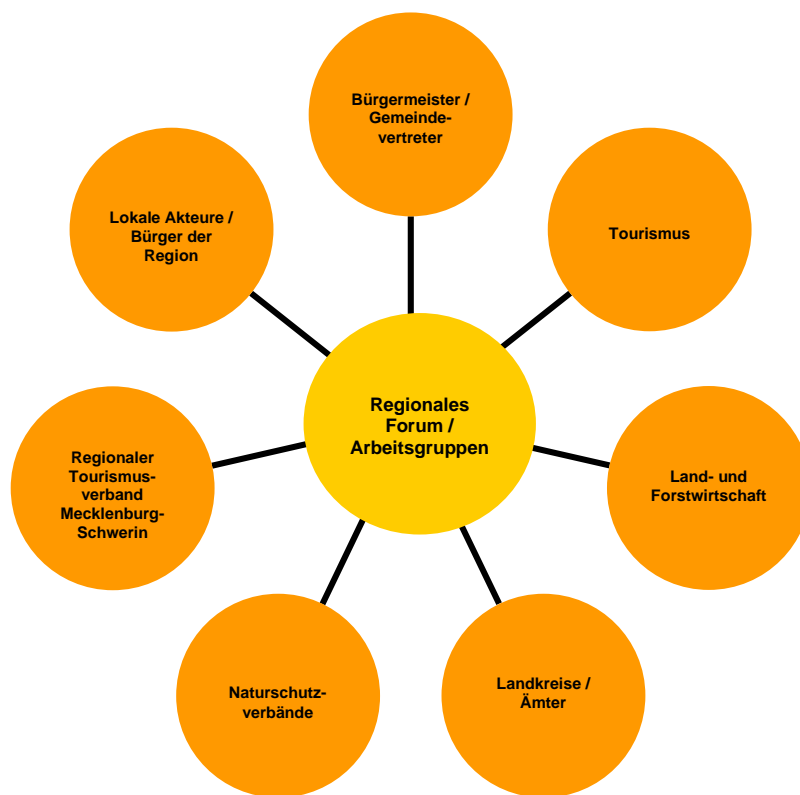
Der Prozess



Nur eine klare Definition der gemeinsamen Ziele ermöglicht eine sinnvolle Bündelung der Kräfte, um gemeinsame Strategien und Aktivitäten zu entwickeln. Das vorliegende touristische Leitbild ist Ergebnis der dezidierten Analyse des Stärken-Schwächen-Profiles der Region, ihrer Entwicklungsmöglichkeiten und der sich ableitenden Handlungsfelder. Der Leitbildprozess selbst wurde getragen von den Ideen der lokalen Akteure. In gemeinsamen Strategie-Workshops, den Sitzungen der Arbeitsgruppen, den Gemeindevertreterversammlungen sowie den Planungssitzungen der Ämter und Landkreise wurden thematische Schnittpunkte definiert und gemeinsame Projekte geplant.

Die Akteure

Zwischen Oktober 2007 und Dezember 2008 sind Gemeindevertreter, lokale Akteure, Leistungsträger aus Tourismus, Land- und Forstwirtschaft, Mitarbeiter der Ämter und Landkreise, der Naturschutzverbände, des regionalen Tourismusverbandes und Bürger der Region in Arbeitsgruppen und Strategie-Workshops zusammengetreten, um die Grundsätze der regionalen Entwicklung der Lewitz-Region abzustimmen und erste Projekte umzusetzen.



Die Grundlage der gemeinsamen Arbeit bildet die Integrierte Tourismusanalyse der Lewitz-Region, die die Stärken und Schwächen der Region abbildet und die Herausforderungen der nächsten Jahre im Detail darstellt.

Die Handlungsfelder

Als die wichtigsten Handlungsaufgaben in Bezug auf die touristische Entwicklung der Region wurden die folgenden identifiziert:

Organisationsstrukturen schaffen – Bildung von Arbeitsgruppen zu den Themenbereichen: Marketing, Kultur, Radwege, Wasserwege, touristische Angebote, Hotellerie & Gastronomie

Innenkommunikation anregen – Schaffung von Kommunikationsstrukturen zum Aufbau einer gemeinsamen Identität

Genauere Definition der eigenen Positionierung der Lewitz-Region: Bestimmung des Alleinstellungsmerkmals & Diskussion der Ausrichtung der Regionalen Entwicklung (Schutzgebietsstatus vs. Erholungsgebiet)

Verbesserung des Außen- und Innenmarketings (Corporate Design & Logo, gemeinsamer Online-Auftritt, imagebildende Veranstaltungen, Kommunikation der Angebote, etc.)

Produktentwicklung nach zielgruppengerechten Kriterien: Gestaltung von buchbaren touristischen Angebotsbausteinen und Pauschalen in den Segmenten Naturtourismus, Agrartourismus und Gesundheitstourismus

Ausbau des Infrastrukturnetzes: einheitliches Wegenetz & Leitsystem, Rastplätze und Serviceeinrichtungen, dörfliche Infrastruktur

Vermarktung der Lewitz-Region als Tourismusregion für die aktive Erholung in der Natur zur BUGA 2009 (BUGA-Außenstandort)

Aufbau von Kooperationsstrukturen mit Partnern im Umfeld der Lewitz-Region & Nutzung von Synergieeffekten in Produktgestaltung und Vermarktung

Qualitätsentwicklung – Einführung von Qualitätssiegeln und Zertifizierungen für Anbieter und touristische Produkte

Daraus ergeben sich die Zielbereiche:

- Ø Marketing und Produktentwicklung
- Ø Wegenetz und Infrastruktur
- Ø Kultur und BUGA

untersetzt mit den folgenden Handlungszielen:



Marketing und Produktentwicklung – Die Zielstellung

Ziel	kurzfristig (2008-2009)	langfristig (2010-2015)
Steigerung des Bekanntheitsgrades & Imagegewinn / Gewinnung neuer Zielgruppen - Alleinstellungsmerkmal entwickeln - Zielgruppen z.B. aus Berlin & Hamburg	X	XX
Umsetzung eines zielgruppenorientierten und thematischen Marketings - Darstellung der Lewitz als einheitliche Region - Regionaldesign & Logo - einheitlicher Auftritt in Informations- & Marketingmaterialien	XX	X
Verbesserung der Kommunikation und Kooperation - Kooperation touristischer Akteure (regional & überregional) - Verbesserung der Kommunikation Einwohner – Gast - Gründung Tourismusverein / Koordinationsstelle	XX	XX
Naturschutzgebiete erlebbar machen >> Entwicklung touristischer Pauschalen im Segment Natur- und Aktivtourismus	XX	X
Entwicklung touristischer Pauschalen im Segment Gesundheitstourismus		XX
Entwicklung touristischer Pauschalen im Segment Agrartourismus	X	XX
Entwicklung touristischer Routen / Schaffung neuer Angebote & Wasser-Landverbindungen	X	XX
Entwicklung von Schlechtwetteralternativen & Winterangeboten		XX
Anschluss der Anbieter an landesweite Portale	X	X
Qualitätsentwicklung (durch Qualitätssiegel, Schulungen...)		XX
Verbesserung der regionalen Esskultur / Entwicklung von Regionalprodukten / regionale Küche Etablierung von Hofläden & Bauernmärkten		XX
Produkte / Angebote zur BUGA entwickeln	XX	
Vermarktung der BUGA-Angebote & BUGA -Angebote buchbar machen	XX	

Wegenetz und Infrastruktur – die Zielstellung

Ziel	kurzfristig (2008-2009)	langfristig (2010-2015)
Wegenetz & Informationssysteme		
Verbesserung der Radwegeinfrastruktur: <ul style="list-style-type: none"> - Erneuerung der Radwege entlang der Wasserwege - Erneuerung des Seenradweges - Ausbau einzelner Radwege (Verbindungen) 	XXX	XXX
Verbesserung der Wanderwegeinfrastruktur: <ul style="list-style-type: none"> - Erneuerung der Wanderwege 		X
Verbesserung der Reitwegeinfrastruktur: <ul style="list-style-type: none"> - Erneuerung der Reitwege - Schaffung von Verbindungen 		X
Entwicklung thematischer Fahrrad-Routen		XX
Entwicklung thematischer Wander-Routen (z.B. Vogel, Moor, etc.)		XX
Verbesserung der ländlichen Wege		XX
durchgängige & einheitliche Vernetzung & Beschilderung der touristischen Wegesysteme	X	XX
touristische Leitsysteme in Orten (Wegweiser & Infotafeln)		X
Serviceeinrichtungen für Besucher: <ul style="list-style-type: none"> - Orientierung & Information - Sanitäreinrichtungen - überdachte Rastplätze & Aussichtspunkte / Waldhütten - Gastronomie & Selbstversorgung 		XX
Schaffung von Besucherattraktionen & Schlechtwetteralternativen		X

Wegenetz und Infrastruktur – die Zielstellung

Ziel	kurzfristig (2008-2009)	langfristig (2010-2015)
Wegenetz & Regionalentwicklung: wasserseitig		
Schaffung von Wasser - Land - Verbindungen:		
- übersichtlichere Anlegesituationen	X	XX
- Ausbau & Errichtung von Anlegestellen (z.B. Dütschower Brücke)		
- Einrichtung von Gastliegekapazitäten		
Ausbau bestehender Wasserwanderrastplätze		XX
Schaffung neuer Wasserwanderrastplätze		X
Umsetzung eines wasserseitigen Leitsystems (gelbe Welle)	XX	
Verbindung zur Ostsee schaffen (Wallensteinkanal)		XXX
Landschaftsentwicklung		
Dorferneuerungsmaßnahmen		X
Landschaftsgestaltung / Einfügen von Landschaftselementen	X	X
Eingang <i>Schweriner Seengebiet</i> gestalten		X
Verbesserung des Umweltmanagements (insbesondere auf den Wasserwegen)		X
Was kann die AG-Infrastruktur für die BUGA leisten?		
Ziel	Wie?	
Ausbau BUGA-Radstern	Ausweisung einer neuen Themenroute in der Lewitz	

Kultur / BUGA – die Zielstellung

Ziel	kurzfristig (2008 / 2009)	langfristig (2010-2015)
Veranstaltungen zur BUGA 2009		
Festlegen der Veranstaltungen: - Auftakt, Höhepunkte, Aktionstage, Abschluss - existierende Veranstaltungen unter BUGA-Motto - neue Veranstaltungen schaffen	XX	
Veranstaltungsplan: Terminplanung	XX	
Gestaltung des Programms im BUGA-Pavillion & Organisation	XX	
Angebote		
touristische Pauschalen / Tagesausflüge	X	
Kooperation mit SN à BUGA-Produkte enthalten Ausflüge ins Umland ß Definition der eigenen Angebote	XX	
Produktentwicklung mit anderen Außenstandorten: Diskussion der Kooperationsmöglichkeiten	X	
Routenentwicklung: Themen & BUGA-Radstern: - Kartengrundlage besorgen & anderen Ags zur Verfügung stellen - Diskussion möglicher Themen - Klärung Streckenführung & Abstecher - Zusammenarbeit mit AG-Infrastruktur & AGMarketing/Produkt	XX	
Logistik --> ab Herbst 2008		
ÖPNV	X	
BUGA-Verbundticket?	X	
Fahrgastschiffahrt	X	
Auffangparkplätze	X	
Fahrradverleih-/Servicestationen	X	
BUGA-Radstern: Verbindung mit ÖPNV, Verbundticket, Radservicestationen, Fahrgastschiffahrt, Parkplätzen	X	
Marketing		
Kommunikation der BUGA-Veranstaltungen / Angebote / Radstern (online, Broschüren, BUGA-Prospekte): Definition & Abstimmung	XX	
Abstimmung der Präsentation im BUGA-Pavillion mit AG Marketing	XX	
Pressearbeit (Regionalzeitungen, NDR, etc.)	XX	
Erscheinungsbild der Lewitz		
z.B. längstes Sonnenblumenband durch die Vorgärten	XX	
Landschaftskunst	X	
Wettbewerb: schönster Bauerngarten	X	
Kommunikation		
Abstimmung mit Vertretern der BUGA-Gesellschaft: - Außenstandorte - Marketing - Grünes Klassenzimmer	XX	
Abstimmung mit anderen Außenstandorten	X	
Motivation der Bevölkerung für Beteiligung an Aktionen	X	
Information der Bevölkerung zu Veranstaltungen, Routen, Aktionen	X	
Information / Motivation der Schulen für Schüleraktionen	X	

Kultur / BUGA – die Zielstellung

Ziel	kurzfristig (2008 / 2009)	langfristig (2010-2015)
Finanzierung / Kosten		
Kostenplanung	XX	
Fördermittelbeschaffung: - Leader - BMELV - Bioenergie-Netzwerke - etc.	XX	
Sponsorenakquise	X	
langfristige Projekte		
große Lewitz-Veranstaltung als Saison-Highlight		XX
jährliche Höhepunkte		X
gemeinsamer Veranstaltungsplan		XX
Einrichtung Koordinierungsstelle		XX

Die Umsetzung

Identität der Region – Wohin wir wollen

Kern der gemeinsamen Identität ist der Landschaftsraum Lewitz mit seinen weiten Wiesen, Weiden, Wäldern und Fischteichen sowie die historische Entwicklung als herzogliches Domanial- und Versorgungsgebiet, die Grundlage der modernen landwirtschaftlichen Großproduktion bildete. Die Entwicklung prägt die Siedlungsstruktur und Kulturlandschaft noch heute. Diese Identität ist Grundlage der touristischen Vermarktung – sie ist unser Alleinstellungsmerkmal. Auf dieser Basis wollen wir über Verwaltungsgrenzen hinweg gemeinsam an einer Weiterentwicklung der Lewitz als Erholungsregion arbeiten.

Unsere Handlungsziele:

1. **Etablierung als eine einheitliche Region**
 - >> Stärkung des Tourismus und der Identifikation
2. **Unser Angebot ausbauen:**
 - >> Naturerlebnis, Ruhe, Sport, Erholung & Erfahrung von Weite
 - >> künftig: aktive Erholung und Gesundheit
3. **Unsere Gäste anziehen**
 - >> Radwanderer, Wasserwanderer, Naturfreunde, Geschichtsinteressierte, Familien, etc., zukünftig verstärkt Ausflugs Gäste aus der Umgebung (Raum Schwerin, Parchim, Ludwigslust, Hagenow) & Ruhesuchende aus den Großräumen Hamburg & Berlin
4. **Unsere Schwächen in Stärken umkehren**
 - >> viel Natur / bewirtschaftetes Land und wenig Infrastruktur = Erfahrung von Ruhe und Weite vor den Toren der Städte
5. **und gezielt kommunizieren** nach innen und außen
 - >> WIR-Gefühl nach innen
 - >> Vermittlung von Authentizität nach außen
6. **Unsere Alleinstellungsmerkmale sind**
 - >> **die Lewitz als herzogliches Jagd- und domaniales Versorgungsgebiet**
 - >> **Bauernland Lewitz**
 - >> **Dorfkirchen & Pfarrhäuser** aus vielen Jahrhunderten
 - >> **Weite Wiesen und genug Raum** für aktive Erholungssuchende aus den umliegenden Städten
 - >> **Gesundheit & Ernährung** durch Bewegung an frischer Luft auf Rad-, Wander- und Wasserwegen, Themalsole in Neustadt-Glewe und frische (Bio-)Lebensmittel vom Land



Unsere Leitsätze

- Ü Als Gemeinden und Ortschaften der Lewitz wollen wir uns nach außen und nach innen als eine Region etablieren. Damit stärken wir unsere Bedeutung als touristisches Ziel in der Destination Mecklenburg-Schwerin und die Identifikation mit unserer Heimat.
- Ü Wir bieten Naturerlebnis, Geschichte, Ruhe, Sport, Erholung und die Erfahrung von Weite und Stille in den Wiesen und Wäldern. Zukünftig wollen wir den Gästen durch neue Produkte vermehrt aktive Natur- und Erholungserlebnisse bieten.
- Ü Unsere Gäste sind Wasserwanderer, Radwanderer, Wanderer, Naturfreunde und Geschichtsinteressierte. Verstärkt werden wir uns in Zukunft um Ausflugstouristen aus den umliegenden Regionen bemühen, ebenso um Großstädter, insbesondere Hamburger und Berliner.
- Ü Unsere Stärken wiegen unsere Schwächen auf. Zwar besteht die Besiedlungsstruktur vorrangig aus Dörfern und die Infrastruktur weist Lücken auf. Doch kann gerade das auf „Städter“ anziehend wirken, die Ruhe und Erholung in einer natürlichen Landschaft und ländliche Traditionen suchen. Unsere Stärken bestehen aus der guten Erreichbarkeit der Region an sich, der Lage im Städtedreieck Schwerin, Parchim, Ludwigslust, der großen zusammenhängenden Wiesenflächen und der Weite unseres ländlichen Raumes. Unsere Landschaft mit ihren natürlichen Sehenswürdigkeiten und die kulturhistorischen Zeugnisse unserer Entwicklungsgeschichte sind die Grundlage unseres Tourismus.
- Ü Um neue Gäste zu erreichen, werden wir gezielte Werbemaßnahmen in Zusammenarbeit mit dem TV Mecklenburg-Schwerin vornehmen. Nach innen werden wir ebenfalls unsere Identität als Lewitz-Region kommunizieren, um unserer Wir-Gefühl zu stärken und Authentizität nach außen zu tragen. Wir werden Strukturen schaffen, die eine Kooperation aller Anbieter unterstützen. Unsere geringen finanziellen Mittel kompensieren wir durch den Einsatz von einfachen und originellen Maßnahmen.

Die Grundlage und das Handlungsprogramm für den Außenauftritt der Region bilden das Marketingkonzept und der dazugehörige Mediaplan.



Die Präsentation nach außen - Logo und Corporate Identity

Diese Charakteristika der Region widerspiegeln sich im Slogan:

„Lewitz – weites Wiesenland“

Graphisch tritt die Lewitz-Region künftig mit dem folgenden Logo auf:



Das Handlungsprogramm - Projektpässe

Leitbild						
Unsere Entwicklungsaufgaben						
Handlungsfelder	Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden			Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft	Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes	
Zielbereiche	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität	Ausbau des touristischen Profils	Optimierung von Organisationsstrukturen	Schutz der Landschaft durch nachhaltige Nutzung	Ausbau des Infrastrukturnetzes	Verbesserung des äußeren Erscheinungsbildes
Handlungsziele	Innenkommunikation anregen – Schaffung von Kommunikationsstrukturen zum Aufbau einer gemeinsamen Identität	Entwicklung von Instrumenten zur Vermarktung der touristischen Angebote: Flyer, Produktbroschüre, website	Integration der regionalen Akteure: Bildung von Arbeitsgruppen zu den Themenbereichen: Marketing / Produktentwicklung, Kultur/BUGA, Infrastruktur/ Regionalentwicklung	Touristische Erschließung des Naturpotentials im Einklang mit den Naturschutzbestimmungen	Schaffung eines einheitlichen Wegenetzes & Leitsystems, Ausschilderung des Lewitz-Radrundweges	Verschönerung der Ortsbilder durch Bepflanzungen, Gestaltung der Vorgärten, öffentliche Kommunikationsecken, Spielplätze, saisonale Dekorationen, Gestaltung der Orteingänge
	genaue Definition der eigenen Positionierung der Lewitz-Region: Bestimmung des Alleinstellungsmerkmals & Diskussion der Ausrichtung der Regionalen Entwicklung (Schutzgebietsstatus vs. Erholungsgebiet)	Aufbereitung der Alleinstellungs-Themen „herzogliches Jagd und domaniales Versorgungsgebiet“, „Bauernland“, „Dorfkirchen“	Gründung eines regionalen Zweckverbandes à Regionalmanagement	Staffelung / Zonierung von Landschaftsräumen zur Nutzung für Tourismus oder Naturschutz unter Abwägung von ökologischen und ökonomischen Interessen	Schließung der Lücken in der Wegequalität und durchgängige Ausstattung mit überdachten Rastmöglichkeiten, Mülleimern, Sanitäreinrichtungen und Informationstafeln	Aktionen der Bevölkerung wie Sonnenblumenband durch die Vorgärten der Lewitz
	Verbesserung des Außen- und Innenmarketings (Corporate Design & Logo, gemeinsamer Online-Auftritt, imagebildende Veranstaltungen, Kommunikation der Angebote, etc.)	Verbesserung der Vernetzung von Anbietern und deren Angeboten	Verstetigung des Regionalmarketings im wirtschaftlichen und touristischen Bereich	Erhaltung des ländlichen Lebensraumes durch Förderung von Konzepten neuen Wirtschaftens und Verbesserung der Lebensqualität durch Schaffung neuer Erwerbsmöglichkeiten an den Schnittstellen von Tourismus, Land- und Forstwirtschaft wirtschaft und Erneuerbare Energien	Unterhaltungsmanagement der Radverkehrsinfrastruktur - Schadensbehebung § Wegequalität § Beschilderung § Über Hotline oder Qualitätsscouts § Festlegen der Verantwortlichkeiten	
	Finden einer Positionierung zu Naturparks und Biosphärenreservaten im unmittelbaren Umfeld	Produktentwicklung nach zielgruppengerechten Kriterien: Gestaltung von buchbaren touristischen Angebotsbausteinen und Pauschalen in den Segmenten Naturtourismus, Agrartourismus und Gesundheitstourismus	Verstärkte Kooperation auf vertikaler Ebene (Gebietskörperschaften) und horizontaler Ebene (Fachplanungen der Landkreise)	Förderung der Selbstentwicklungspotentiale in der Bevölkerung	Qualitätssicherung Lewitz-Radrundroute über ADFC-Zertifizierung	

Leitbild						
Unsere Entwicklungsaufgaben						
Handlungsfelder	Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden			Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft	Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes	
Zielbereiche	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität	Ausbau des touristischen Profils	Optimierung von Organisationsstrukturen	Schutz der Landschaft durch nachhaltige Nutzung	Ausbau des Infrastrukturnetzes	Verbesserung des äußeren Erscheinungsbildes
Handlungsziele	Aufbau von Kooperationsstrukturen mit Partnern im Umfeld der Lewitz-Region & Nutzung von Synergieeffekten in Produktgestaltung und Vermarktung	Transparente Kommunikation der Angebote an die Zielgruppen und Gewährleistung der Online-Buchbarkeit		Entwicklung des Agrartourismus / Direktvermarktung	Verbesserung der wasserseitigen Informations- und Leitsysteme (durchgängig MQM und Gelbe Welle)	
	Nutzung des Status als BUGA-Außenstandort 2009 als Imagefaktor zur überregionalen Bekanntmachung der Lewitz-Region	Ausbau des Standortes Neustadt-Glewe als Anziehungspunkt für gesundheits- und Wellness-Touristen im Bereich Thermalsole und Mooranwendungen			Verbesserung der bestehenden Serviceeinrichtungen entlang der Wasserwege	
		Qualitätsentwicklung – Einführung von Qualitätssiegeln und Zertifizierungen für Anbieter und touristische Produkte			Verstärkte Zusammenarbeit mit dem Wassersportrevier Schweriner Seeengebiet	
		Weiterbildung für Leistungsträger über Deutsches Seminar für Tourismus, ADFC, Regionalen Tourismusverband			Dorferneuerungsmaßnahmen zur Gestaltung der Dörfer als attraktive Raststationen entlang der touristischen Wege	
		Verlängerung der Aufenthaltsdauer & Schaffung von Anreizen zur Erhöhung der Ausgaben der Gäste			Entwicklung eines einheitlichen Besucherleitsystems in den Dörfern	
		Langfristige Bindung vorhandener und Erschließung neuer Zielgruppen				
		Stärkere strukturelle Verflechtung des Tourismus mit der Region durch Betonung der regionalen Besonderheiten				

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Entwicklung eines Radrundweges durch die Lewitz-Region
Ziel	Verbesserung der Radwegeinfrastruktur
Beschreibung	<p>Das Radwegsystem in der Region ist bereits vielseitig, jedoch nicht durchgängig über ein einheitliches Routen- und Beschilderungssystem miteinander vernetzt. Es setzt sich aus zahlreichen kleineren lokalen Routen sowie einigen regionalen Routen mit Anschluss an überregionale Wegesysteme zusammen. Die Wegeführung und Ausschilderung ist an vielen Stellen für den Radtouristen oft unübersichtlich und nicht durchgängig durch die Region geführt.</p> <p>Es wird deshalb als sinnvoll erachtet, die vorhandenen Radwege über eine Lewitz-Rundroute zu verbinden und über Abstecher und Querwege möglichst die wesentlichen Sehenswürdigkeiten und Naturlandschaften der Lewitz-Region erschließbar zu machen.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Streckenbefahrung und Festlegung der Wegeführung eines Lewitz-Radrundweges n Entwicklung von Abstechern und Querverbindungen vom Radrundweg (Wegeführung)
Akteure	Regional-Marketing, Landkreise, Ämter & Gemeinden
Kooperationspartner	Regionaler Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin, Planungsverband Westmecklenburg
Zeithorizont	2008/2009 (bereits in der Realisierung)
Finanzierung	ILERL M-V

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Touristische Leitsysteme (Wegweiser & Infotafeln)
Ziel	Schaffung eines einheitlichen touristischen Leitsystems entlang der Strecke
Beschreibung	Die Ausschilderung der touristischen Wegesysteme ist bisher nur stellenweise nach DIN-Norm in einheitlicher Ausführung vorgenommen worden. Die Maßnahme „touristische Leitsysteme“ soll dazu beitragen, das Beschilderungssystem in der Region zu vereinheitlichen und so die Kennzeichnung der touristischen Wege transparent zu gestalten.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Ausschilderung der Radrundroute n Ausschilderung der Abstecher n Errichtung von Infotafeln entlang des Radrundweges n Belebung der Route durch touristische Angebote
Akteure	Regional-Marketing, Landkreise, Ämter & Gemeinden, Leistungsträger
Kooperationspartner	Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin, Planungsverband Westmecklenburg
Zeithorizont	2008/2009 (bereits in der Realisierung)
Finanzierung	ILERL M-V

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Straßen- und Wegebaumaßnahmen sowie Infrastrukturverbesserung entlang der Strecken
Ziel	Verbesserung der Wegequalität und der verbundenen Infrastruktur
Beschreibung	Die Infrastruktur der Rad- und Wanderwege in der Lewitz-Region ist unterschiedlich entwickelt und weist zum Teil erhebliche Lücken auf. Um eine durchgängige Befahrbarkeit auf der gesamten Strecke zu gewährleisten und in der mittelfristigen Perspektive den ADCF-Qualitätsstandard zu erfüllen, sind Investitionen in den Wegebau erforderlich.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Verbesserung der Straßenqualität, Ausbesserung von Löchern und Sicherstellung der Befahrbarkeit für Reisebusse zur BUGA 2009 n Verbesserung der Wegequalität auf Teilabschnitten der Radwege und schrittweise Anpassung an allgemein gültige Standards des ADCF (ADCF Qualitätssiegel) n Organisation eine Unterhaltungsmanagements der Radwegeinfrastruktur (Schadensbehebung) n Verbesserung des Angebotes an radfahrerfreundlichen Unterkünften
Akteure	Landkreise, Ämter & Gemeinden, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Straßenbauamt
Zeithorizont	2009 – 2012
Finanzierung	Ministerium für Verkehr, Bau und Landesentwicklung: Kommunaler Straßenbau in Mecklenburg-Vorpommern sowie ILERL M-V

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Entwicklung thematischer Wanderrouten
Ziel	Ausbau des Infrastrukturnetzes – Schaffung eines einheitlichen Wegenetzes und Leitsystems
Beschreibung	<p>Hintergrund Aufgrund der naturbelassenen, tierreichen und idyllischen Landschaft eignet sich die Lewitz-Region optimal für Wanderaktivitäten. Die Region hat bereits einige thematische Wanderrouten durch die Lewitz zu bieten. Diese sind jedoch für den Wandertouristen nicht transparent bzw. werden derzeit noch nicht vermarktet.</p> <p>Projekthalt § Entwicklung einer geführten Wanderroute durch die Lewitz als ein touristisches Produkt § Erstellung einer Wanderbroschüre zur Vermarktung der entwickelten Lewitz-Wanderrouten inkl. der vorhandenen Wanderwege</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Erfassung aller vorhandener Wanderrouten in der Lewitz-Region n Aufbereitung der ermittelten Wanderrouten in einer Karte n Informieren über Festlegungen/ Bestimmungen bezüglich der Mindestanforderungen von Wanderwegen n Eruierung der Wegeführung für die Lewitz-Wanderroute als ein touristisches Produkt n Erfassung wanderspezifischer Daten (Wegequalität, Rastplätze, Infotafeln, Servicestationen, Gefahrenquellen, etc.) n Entwicklung einer Wanderbroschüre → AG-Marketing
Akteure	Regional-Manager, Ämter & Gemeinden, Landkreis Parchim, Landkreis Ludwigslust
Kooperationspartner	Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin
Zeithorizont	2010
Finanzierung	ILERL M-V

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Schaffung von Wasser-Landverbindungen
Ziel	Verbesserung der bestehenden Serviceeinrichtungen entlang der Wasserwege
Beschreibung	<p>Hintergrund Zurzeit ist die Dütschower Brücke in Neustadt-Glewe nur eingeschränkt (für Radfahrer & Fußgänger) zugänglich und wird voraussichtlich im Frühjahr 2010 – Ende 2010 erneuert. Sie ist Schnittstelle für verschiedene aktiv-touristische Tätigkeiten (Radfahren, Wandern, Wassersport & -tourismus, etc.). Aus diesem Grund bietet der Ort optimale Bedingungen für die Errichtung einer Anlegestelle, um so verschiedene Aktivitäten miteinander zu verknüpfen.</p> <p>Projektidee Generell gibt es zu wenige Anlegestellen in der Region, die nennenswerte landseitige Umsätze durch Landgänge der Wassertouristen generieren könnten. Projektinhalt sollte deshalb sein, eine Bewertung der IST-Situation vorzunehmen, auf deren Grundlage die Machbarkeit eines Ausbaus vorhandener oder die Schaffung neuer Anlegestellen eruiert wird.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Situationsanalyse der Wasserwanderrastplätze und Marinas in der Region n Gästebefragung und Analyse der wasserseitigen Besucherzahlen n Machbarkeitsanalyse geeigneter ausbaufähiger Standorte, inklusive Betreiberstrukturen n Bau / Ausbau der Steganlage entsprechend der Erfordernisse
Akteure	Landkreise, Regional-Manager
Kooperationspartner	Externe Experten
Zeithorizont	2010/2011
Finanzierung	ILERL M-V

Handlungsfeld: Sicherung eines multifunktionalen Lebens- und Erholungsraumes

Maßnahme	Verbesserung der Reitwegeinfrastruktur
Ziel	Ausbau des Infrastrukturnetzes
Beschreibung	<p>Hintergrund Die Region bietet gute Bedingungen für Reittouristen und verfügt über Imageträger wie die Lewitz-Schecke und die erfolgreiche Pferdezucht von Paul Schockemöhle. Reiterhöfe mit entsprechenden Angeboten sind vorhanden, jedoch sind die kaum miteinander vernetzt. Die vorhandenen Reitwege sind in der Mehrzahl lokal ausgerichtet ohne dass bisher ein verbundenes regionales Reitwegenetz mit Anschluss an überregionale Reitwege entwickelt wurde. Auf vielen Streckenabschnitten gibt es klare Nutzungskonflikte zwischen Wanderern und Reitern, da keine klare Wegentrennung vorgenommen wurde.</p> <p>Projektidee: Machbarkeitsstudie zur Entwicklung eines regionalen Reitwegenetzes mit Anschluss an überregionale Reitrouten</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Bestandserfassung und Bewertung der vorhandenen Wege einschließlich Beschilderung n Identifikation und Festlegung der attraktivsten Wege für ein auszuweisendes Wegesystem n Beschilderungskonzept & Umsetzung
Akteure	Regional-Manager, Ämter & Gemeinden, Landkreis Parchim, Landkreis Ludwigslust
Kooperationspartner	Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin, Planungsverband Westmecklenburg, Landurlaub e.V.
Zeithorizont	2012
Finanzierung	ILERL M-V

Handlungsfeld: Erhalt und Entwicklung der raumprägenden Kulturlandschaft

Maßnahme	Vermarktung von Regionalprodukten
Ziel	Erhaltung des ländlichen Lebensraumes durch Förderung von Konzepten neuen Wirtschaftens und Verbesserung der Lebensqualität durch Schaffung neuer Erwerbsmöglichkeiten an den Schnittstellen von Tourismus, Land- und Forstwirtschaftswirtschaft und Erneuerbare Energien
Beschreibung	<p>In der Lewitz-Region existiert eine lebendige Kultur der Vermarktung regionaler Produkte. Es gibt regelmäßig stattfindende Bauernmärkte und saisonale Feste, auf denen die Vermarktung regionaler Produkte von einem bunten Programm der regionalen Kultur umrahmt wird.</p> <p>In der täglichen Verfügbarkeit ist allerdings das Angebot an Hof- und Regionalläden noch ausbaubar. Die regional erzeugten Produkte werden über die Unternehmen vor Ort in den wenigsten Fällen direkt vermarktet. Hier gilt, erste positive Ansätze weiter auszubauen und Strukturen für eine Direktvermarktung wie einen regelmäßig stattfindenden Lewitz-Bauernmarkt zu schaffen.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Machbarkeitsstudie zur Förderung der Direktvermarktung regionaler Produkte n Schaffung eines Kooperationsnetzwerkes regionaler Erzeuger n Eruierung von Umsetzungs- und Vermarktungsmöglichkeiten (z.B. Hofläden, Hofbesichtigungen, Bauernmarkt, Lewitz-Kochbuch, Erlebnistage, etc.)
Akteure	Regionale Erzeuger, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Ökoanbauverbände Mecklenburg-Vorpommern
Zeithorizont	ab 2012
Finanzierung	Regionale Erzeuger, z.T. Förderung durch ILERL M-V

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Präzision des Alleinstellungsmerkmals & der Positionierung am Markt
Ziel	genaue Definition der eigenen Positionierung der Lewitz-Region: Bestimmung des Alleinstellungsmerkmals & Diskussion der Ausrichtung der Regionalen Entwicklung
Beschreibung	Bisher verfolgen die Gemeinden der Lewitz-Region noch keinen gemeinsamen Außenauftritt unter einer auf die Alleinstellungsmerkmale abgestimmten Dachmarke. Hier gilt es, die Alleinstellungsmerkmale präzise herauszuarbeiten, eine Dachmarke für die touristische Vermarktung der Region daraus zu entwickeln, sie mit Sub- und Ergänzungsthemen zu füllen und mit entsprechenden touristischen Produkten zu untersetzen.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Diskussion und Detaillierung des Alleinstellungsmerkmals der Lewitz-Region n Genauere Bestimmung der eigenen Positionierung am Markt durch Festlegung der Hauptthemenfelder und deren Unterthemen n Orientierung der Themendefinition an den Themen des Landestourismusverbandes, um das Regionalmarketing in das Landesmarketing einordnen zu können und so eine größere Reichweite der Marketingaktivitäten zu erreichen n Bestimmung der Leit- und Marketingziele → Ableitung der eigenen Vision zur Tourismusentwicklung in der Lewitz-Region (Wo wollen wir hin und was müssen wir dafür tun?) n Abstimmung des Layouts des Außenauftritts (Corporate Design: Internet, Broschüren, Flyer, Anzeigen, etc.) auf das entwickelte Alleinstellungsmerkmal n Intensivierung der themenbezogenen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Akteure	Regional-Marketing, Leistungsträger, Ämter & Gemeinden
Kooperationspartner	Regionaler Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin, ggf. externe Agenturen
Zeithorizont	2008/2009 (bereits realisiert: Marketingkonzept & Mediaplan liegen vor)
Finanzierung	Bestandteil des Leitbild-Prozesses

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Erstellung einer Marketingfibel mit abgestimmtem Mediaplan
Beschreibung	<p>Die von den Akteuren in der Lewitz-Region festgestellten Lücken im Abstimmungs- und Koordinationsprozess spiegeln sich auch in den Marketingaktivitäten wieder. Viele Leistungsträger wünschen sich mehr gemeinsame Initiativen unter Federführung eines Regional-Marketings. Es fehlt ein Konzept, das die Möglichkeiten eines konzertierten Regionalmarketings aufzeigt und bündelt. Die in der Maßnahme „Präzision des Alleinstellungsmerkmals & Positionierung“ festgelegten Leit- und Marketingziele bilden die Grundlage, auf der die Marketingfibel für ein effektives Regionalmarketing und ein Handlungsleitfaden in Form eines abgestimmten Mediaplans entwickelt werden kann.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Corporate Design & Logo n Erstellen einer Marketingfibel auf Basis der festgelegten Marketingziele n Analyse der eigenen Quellmärkte n Entwicklung eines Mediaplans für das Regionalmarketing & kritische Überprüfung traditioneller Kommunikations- und Vertriebswege auf deren Effektivität n Prüfung neuer Themen für Merchandising Produkte n Prüfung von zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeiten für Marketingmaßnahmen (Kooperationen, Sponsoring, Cross-Marketing, ggf. Förderprogramme)
Akteure	<p>Leistungsträger, Regional-Marketing, Ämter & Gemeinden, ggf. externe Agenturen</p>
Kooperationspartner	<p>Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin</p>
Zeithorizont	<p>2008 (bereits realisiert: Marketingkonzept & Mediaplan liegen vor)</p>
Finanzierung	<p>Bestandteil des Leitbild-Prozesses</p>

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Aufbereitung der Alleinstellungs-Themen „herzogliches Jagd- und domaniales Versorgungsgebiet“, „Bauernland“, „Dorfkirchen“
Ziel	Ausbau des touristischen Profils
Beschreibung	Die genannten Themen wurden im Leitbildprozess von den Akteuren als die Themen mit Alleinstellungscharakter für die Lewitz identifiziert. Sie sind jedoch für den Touristen nicht selbst erschließbar, da bisher eine Inszenierung über entsprechende Medien oder Inszenierungselemente fehlt.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Analyse und Konzept zur Aufbereitung/Sichtbarmachung dieser Themen n Entwicklung und Installation von Infotafeln zu den Kirchen n Entwicklung und Installation von Inszenierungselementen für die Themen „Bauernland“ und herzogliches Jagd- und domaniales Versorgungsgebiet n Handbuch für Gästeführer n Schulungen für Gästeführer
Akteure	Dr. Wiese, Gästeführer, lokale Akteure und Leistungsträger
Kooperationspartner	Eigentümer historischer Gebäude und Artefakte, ggf. externe Experten
Zeithorizont	ab 2012
Finanzierung	Beiträge der Kirchengemeinden Ministerium für Verkehr, Bau und Landesentwicklung: Förderung von Maßnahmen zur Erhaltung, Wiederherstellung und Aufwertung kulturhistorischer Bausubstanz ILERL M-V

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Verstetigung des Regional-Marketings und Erweiterung des Aufgabenspektrums um Regional-Management
Ziel	Optimierung von Organisationsstrukturen
Beschreibung	Das bestehende Regional-Marketing bildet bis dato die einzige Stelle, die die regionalen Akteure zusammenbringt und vorhandene Ressourcen bündelt. Dieser zeitlich befristet angelegten Initiative sind der neue gemeinsame Außenauftritt der Region, der BUGA-Auftritt und die bisher entstandenen Infrastrukturverbesserungen zu verdanken. Das Regional-Marketing ist zur koordinierenden Instanz aller gemeinsamen Aktivitäten geworden. Ohne eine Verstetigung dieser koordinierenden Struktur würde allen Aktivitäten zur touristischen Weiterentwicklung der Region die gemeinsame Grundlage fehlen.
Aufgaben	n Gründung eines Zweckverbandes und Erschließung von Finanzierungsquellen für die Fortführung des Regional-Marketings und seine Verstetigung
Akteure	Touristische Leistungsträger der Region und überregional, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin
Zeithorizont	2009/2010
Finanzierung	Mitgliedsbeiträge der Gemeinden im Zweckverband Beiträge der Leistungsträger ILERL M-V

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Vernetzung der touristischen Leistungsträger und Produktentwicklung
Ziel	Ausbau des touristischen Profils über Verbesserung des Angebotes und Optimierung von Organisationsstrukturen
Beschreibung	Die Leistungsträger der Lewitz-Region arbeiten bisher sowohl in Produktgestaltung als auch Vermarktung zu wenig zusammen. Notwendig wäre hier eine Vernetzung der Akteure, ein gegenseitiger Austausch über die eigenen Angebote, das Entwickeln von gemeinsamen Produktpauschalen und Produktbausteinen und deren Darstellung über gemeinsame Vermarktungsmedien in Print und Online.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Errichtung einer Koordinierungsstelle zur Bündelung der Aktivitäten n Einrichtung von Treffen der Leistungsträger in regelmäßigem Turnus n Schaffung einer gemeinsamen Basis zur Kooperation und Nutzung von Synergien n Sammlung und Bündelung von Veranstaltungs- und Angebotsdaten sowie deren Online-Darstellung n Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Region und TV Mecklenburg-Schwerin n Workshops zur Produktentwicklung: <ul style="list-style-type: none"> § Entwicklung von Tagesprogrammen § Entwicklung regionsübergreifender touristischer Angebote § Entwicklung vertiefter Spezialführungen § Erstellung eines Produktkataloges § Entwicklung thematischer Wanderrouen unter Einbindung der Leistungsträger
Akteure	Touristische Leistungsträger der Region und überregional, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Regionaler Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin
Zeithorizont	2009/2010
Finanzierung	Finanzierung durch Akteure über Beitragssätze, ggf. anteilige Förderung

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Werkstatt Tourismus
Ziel	Ausbau der Organisationsstrukturen und Optimierung des touristischen Profils
Beschreibung	Die „Werkstatt Tourismus“ findet einmal jährlich (zwischen Februar und März) unter Beteiligung aller im Tourismus in und um die Region Aktiven statt. Alternierend lädt dazu ein Leistungsträger (oder alternativ die Stadt) ein. Ziel dieses Tages ist es, sich über aktuelle Vorhaben der Saison und gemeinsame Strategien sowie die koordinierte Produktvermarktung auszutauschen. Um sich einen Eindruck von der Arbeit der Anbieter machen zu können, werden an diesem Werkstatttag nach Möglichkeit alle Objekte der Beteiligten besucht. Vor Ort werden die hauseigenen Projekte des Jahres vorgestellt und gemeinsam mit den anderen Leistungsträgern individuell über Kooperationsmöglichkeiten beraten.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Aufbau der Arbeitsgruppe „Werkstatt Tourismus“ n Zielgerichtete Kommunikation der Angebote und Programme anderer Anbieter und damit die Vernetzung der Leistungsträger n Koordinierung von Veranstaltungsterminen n Abgleich von Daten zur Weitergabe an den Kunden n Vernetzung der Leistungsträger (Ansprechpartner)
Akteure	Leistungsträger, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Regionaler Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin
Zeithorizont	2010
Finanzierung	Finanzierung durch die Akteure

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Workshop-Reihe zu Qualitätsausbau und Weiterbildung der lokalen Leistungsträger
Ziel	Unterstützung und Weiterbildung der Regionalen Leistungsträger sowie Verbesserung von Angebot und Service
Beschreibung	<p>Die Außendarstellung, Abrufbarkeit der Angebotspalette und die Servicequalität sind entscheidende Faktoren im Wettbewerb der Reiseregionen. Auf den touristischen Leistungsträgern lastet ein hoher Druck, diesen Marktanforderungen zu entsprechen. Gerade den kleineren KMU's gelingt es meist nicht, sich auf diese Erfordernisse schnell und flexibel einzustellen und die notwendigen Kooperationsbeziehungen aufzubauen. Hier gilt es, über Schulungen, bedarfsgerecht das entsprechende Know-how und die Instrumente zu vermitteln.</p> <p>Es gibt ein breites Seminar- und Qualifizierungsangebot verschiedener Träger wie DEHOGA; IHK's, Weiterbildungseinrichtungen, DSFT, ADFC, etc., die den lokalen Leistungsträgern regelmäßig bekannt gemacht werden müssten. Ebenso wäre die Gewinnung von Referenten für bestimmte Themen im Rahmen von Qualifizierungsworkshops für lokale Leistungsträger zu prüfen. Hier gilt es, Kooperationsmöglichkeiten mit den hiesigen Weiterbildungseinrichtungen auszuloten.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Ausbau der Kommunikations-, Angebots- und Servicequalität insbesondere in KMU, Vereinen und anderen Institutionen mit touristischem Angebot durch geeignete Schulungen, z.B. im Bereich Kundenkommunikation, Marketing & Vertrieb, Kundenbindung, Qualität & Service, etc. n Verstärkung der Zusammenarbeit mit Weiterbildungseinrichtungen und Institutionen n Aufnahme von Veranstaltungshinweisen zu Schulungen in einen regelmäßigen newsletter an die Leistungsträger n Prüfung, wer die entsprechende Informationsfunktion übernehmen könnte (Regional-Marketin/Management?) n Prüfung verschiedener Optionen zur Organisation entsprechender Workshops (Fremdorganisation, Kooperationen, Einladung von Referenten zu eigenen Schulungsveranstaltungen)
Akteure	Leistungsträger, Regional-Marketing / Management, Ämter und Gemeinden, Landkreise
Kooperationspartner	Verbände (DEHOGA, IHK), Weiterbildungseinrichtungen (UEAZ, AFZ, etc.), ADFC, Regionaler TV Schwerin-Mecklenburg
Zeithorizont	ab 2010
Finanzierung	Finanzierung durch die Akteure und entsprechende Förderprogramme

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Einführung eines großen regionalen Events
Ziel	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität
Beschreibung	Das kulturelle Angebot der Region ist vielfältig. Es ergänzt die natur- und landschaftsbezogenen Freizeitmöglichkeiten. Es gibt sowohl die kleinen Dorffeste als auch die jährlich wiederkehrenden Veranstaltungen, die auch überregional Besucher anziehen. Bisher fehlt jedoch der kulturelle Höhepunkt als Ereignis der gesamten Lewitz-Region, das als Aushängeschild identifikationsstiftenden Charakter nach innen und außen hätte.
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Definition möglicher Themen der inhaltlichen Ausrichtung einer solchen Veranstaltung n Bildung von Organisationsstrukturen n Klärung von Veranstalter, Veranstaltungsort, Durchführung, Finanzierung, Vermarktung
Akteure	Regionale Akteure, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Leistungsträger
Zeithorizont	ab 2010
Finanzierung	noch offen

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Verbesserung der Buchbarkeit der touristischen Produkte
Ziel	Transparente Kommunikation der Angebote an die Zielgruppen und Gewährleistung der Online-Buchbarkeit
Beschreibung	<p>Im Rahmen der Integrierten Tourismusanalyse der Lewitz-Region kristallisierten sich vor allem die Außenkommunikation und Schwierigkeiten im Vertrieb der eigenen Produkte als die Hauptursachen für die stellenweise zu geringe Nachfrage und die unterdurchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste heraus.</p> <p>Neben einer strategischen Ausrichtung der Marketingaktivitäten bedürfen auch die Vertriebsaktivitäten einer Professionalisierung. Dazu gehört die Herstellung der Internet-Buchbarkeit als unbedingte Voraussetzung, um im Zeitalter des Online-Reisemarktes bestehen zu können.</p>
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n systematischer Ausbau der Internetbuchbarkeit und Verlinkung n Nutzung des Buchungssystems des Regionalen TV Mecklenburg-Schwerin, konsequente Datenpflege und Vertragsabwicklung zwischen Leistungsträgern und TV n Klärung der Zuständigkeiten für Koordination und Datenpflege n Überprüfung des Onlineauftritts der Region in Bezug auf die Einbindbarkeit der Buchungsplattform des Regionalen TV Mecklenburg-Schwerin sowie Nennung von Kontaktpersonen für weiterführende Informationen zu Angeboten n Zielgruppengerechte Darstellung der Produktpalette über Themen- und Aktivitätsrubriken im Online-Auftritt der Region sowie anderen Marketingmaterialien n Stärkere Integration der eigenen Produktpalette in vorhandenen Salesguides des Regionalen TV Mecklenburg-Schwerin & des TMVs
Akteure	Leistungsträger, Regional-Marketing
Kooperationspartner	Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin, TMV
Zeithorizont	ab 2009
Finanzierung	durch die Akteure

Handlungsfeld: Stärkung der regionalen Identität und Abbau von Kooperationsblockaden

Maßnahme	Definition eines Veranstaltungsplans für das BUGA-Jahr
Ziel	Imageverbesserung und Stärkung der regionalen Identität
Beschreibung	<p>Die Lewitz-Region ist als einer der Außenstandorte der BUGA 2009 ausgewählt worden und erhält über diese Plattform die Chance sich einem breiten Publikum als Tourismus-Region zu präsentieren. Dafür sollen verschiedene Imagerträger und Medien genutzt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> § eine bunte Veranstaltungspalette unter dem Motto der BUGA § Präsentation im Pavillon auf dem BUGA-Gelände § Erscheinungsbild der Region selbst § Touristische Produkte in Kooperation mit der BUGA § Die eigene Bevölkerung, die sich an Aktionen zur BUGA beteiligt
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> n Abstimmung mit Veranstaltern und Definition des BUGA-Veranstaltungskalenders n Konzeption und Organisation der Präsentation der Lewitz-Region im BUGA-Pavillon n Start von Aktionen zur Verbesserung des Erscheinungsbildes der Region (wie Sonnenblumenband, etc.) n Kooperationen und Produktentwicklung mit Leistungsträgern der Region n Organisation von Aktionen zur Identifikation der Bevölkerung mit der BUGA (Radtour Lewitz-Erwachen, Schulprojekte, Veranstaltungen, Pressearbeit, etc.)
Akteure	Veranstalter, Regional-Marketing, Leistungsträger, Ämter und Gemeinden
Kooperationspartner	BUGA-Gesellschaft, Regionaler TV Mecklenburg-Schwerin, regionale Presse
Zeithorizont	2008 / 2009 (bereits in der Realisierung)
Finanzierung	Bestandteil des Leitbild-Prozesses

Ausblick

Die dargestellten Projektpässe sind die ersten Umsetzungsplanungen, die sich aus der Diskussion in den drei Arbeitsgruppen des Leitbild-Prozesses ergaben. In den kommenden Jahren wollen wir die entstandene Basis für Kommunikation und Austausch in der Region weiterpflegen und aktiv zur Fortschreibung unseres ganzheitlichen Handlungsprogramms nutzen.

Impressum

© April 2009

Herausgeber

Amt Banzkow
Schulsteig 4
19079 Banzkow
www.amt-banzkow.de

Amt Neustadt-Glewe
Markt 1
19306 Neustadt-Glewe
www.neustadt-glewe.de

Text, Layout, Redaktion

animare projektmanagement tourismus
Rosa-Luxemburg-Straße 14
18055 Rostock
www.animare.net