

Aufbruchstimmung durch die Auftaktveranstaltung

Die Auftaktveranstaltung zum Workshopprozess Mitteldeutsche Seenlandschaft am 12.7.06 im Preiss-Daimler Congress Center in Bitterfeld stieß auf eine große Resonanz: **Über 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer** aus Politik, Kommunen, Verbänden, Wirtschaft und Tourismus verfolgten interessiert die Vorträge und beteiligten sich engagiert an der nachmittäglichen Diskussion (Einbindung eines Fotos von der Anmeldung und eines vom Innern des Konferenzraumes).

Begrüßt wurden die Teilnehmer vom Landrat des Landkreises Bitterfeld, Herrn **Uwe Schulze**, der mit berechtigtem Stolz alle Konferenzteilnehmer zu einem Besuch in die Bitterfelder Region einlud.

Sowohl **Walter Christian Steinbach (Foto)**, Regierungspräsident aus Leipzig und Sprecher des Regionalforums als auch **Dr. Reiner Haseloff (Foto)**, Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, betonten in ihren Einführungen die **Notwendigkeit und Bedeutung einer Länder übergreifenden Verständigung** für die weitere touristische Entwicklung der Region. Zudem hoben sie die **Chancen** für die Zukunft der Region hervor, die mit ihrer Entwicklung als attraktiver Freizeit-, Erholungs-, aber auch Arbeits- und Lebensraum verbunden ist.

Hubert Henselmann (Foto), Geschäftsführer des Tourismusverbandes Fränkisches Seenland, konnte eindrucksvoll belegen, dass ein langer Atem für die Entwicklung einer Naherholungs- und Tourismuslandschaft notwendig ist, dieser sich aber auch lohnt.. **Erfolgsfaktoren für eine kontinuierlich positive Entwicklung** waren und sind für ihn:

- freier Zugang zum Wasser,
- sorgfältige Planung der notwendigen Infrastruktur
- starke Unterstützung und Integration der Privatwirtschaft
- systematischer Einbezug des Natur- und Kulturräumes
- die Konzentration auf Kernkompetenzen und Nischen.
- kontinuierliche Aufbau der Marke Fränkisches Seenland,

Zu guter letzt gab er den Akteuren in Mitteldeutschland „**vier gute Ratschläge**“ mit auf den Weg:

- Hören Sie auf Fachleute!
- Planen Sie langfristig und verlässlich!
- Vergessen Sie Verwaltungsgrenzen im Marketing!
- Kommen Sie ins Fränkische Seenland!

Der fachliche Moderator der Tagung und des gesamten Workshopprozesses, **Dr. Mathias Feige (Foto mit Herrn Artmann)** von der *dwif*-Consulting GmbH, führte konkret in die Ziele und die bisherigen Arbeitsstrukturen des Workshopprozesses, in die derzeitige Lage des Tourismus in der Region sowie in die Chancen und Probleme für die Entwicklung des Wassertourismus und der Freizeitwirtschaft in der Mitteldeutschen Seenlandschaft ein. Den Vortrag mit seinen Kernbotschaften findet man im Internet unter [www.mitteldeutsche-seenlandschaft.de/workshopprozess_aktuell / präsentation](http://www.mitteldeutsche-seenlandschaft.de/workshopprozess_aktuell/präsentation)

In der anschließenden Podiumsdiskussion hoben die Podiumsteilnehmer in ihren einführenden Statements folgende Aspekte besonders hervor:

- **Dr. Karla Ebersbach (Foto)** , betonte, dass die LMBV das **Prinzip einer nutzungsorientierten Sanierung** verfolge und dafür vom Workshopprozess eine Vorstellung über **Prioritäten für die weitere Entwicklung und Vermarktung** erwarte;
- **Christian Conrad (Foto)**, Pier 1 GmbH und **Dr. Wolfdietrich Vetter**, Vetter Touristik Reiseverkehrsgesellschaft mbH, wiesen auf die Notwendigkeit von transparenten Strukturen, festen Ansprechpartnern und von **Egoismus freien, „grenzenlosen“ Planungs- und Vermarktungsstrukturen** als wesentliche Voraussetzung für ein dynamisches Engagement der Privatwirtschaft hin;
- **Dr. Heinzgeorg Oette (Foto)**, Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt, unterstrich die Notwendigkeit einer ausschließlich nachfrageorientierten, attraktiven Produktentwicklung und Vermarktung unter den bereits etablierten Markensäulen.

Die vormittäglichen Vorträge und die Podiumsdiskussion bestätigten eindrucksvoll das Anliegen des Workshopprozesses und schärften für die Weiterarbeit im September und Oktober 2006 das Aufgabenspektrum. An den Träger des Workshopprozesses das Regionalforum Mitteldeutschland wurden nachfolgende Ansprüche an die Workshopphase im Herbst formuliert, nämlich:

1. Es müssen **Länder übergreifende Prioritäten für die Typisierung der Seen sowie die stufenweise Entwicklung und Vermarktung der Region** definiert werden; lokale und regionale Egoismen sind nicht gefragt.
2. Es ist **Klarheit über Art und Zielrichtung der weiteren infrastrukturellen Erschließung** zu **schaffen**: Welche Bedeutung sollen Naturbelassenheit, traditionelle wassertouristische Angebote, Trendorientierung etc. insgesamt spielen, welche Struktur wird angestrebt, wo bestehen interessante Nischen?
3. **Qualität** und ansprechende **Ästhetik** sind wichtige Schlüsselbegriffe – gibt es regionstypische Merkmale, welche der Infrastruktur ein erkennbares regionales Profil geben oder ist dies nicht notwendig bzw. zielführend?
4. **Transparenz**: Es ist ein **umfassender, permanenter Informationstransfer** für alle Beteiligten und Interessierten über den Diskussions- und Planungstand erforderlich. Die Seenprofile, die Workshops sowie die

Internetseite www.mitteldeutsche-seenlandschaft.de sind hierzu wichtige Bausteine.

5. Es sind Aktivitäten zu benennen, wie die **Dienstleistungsmentalität und Kundenorientierung** bei den für die Gäste tätigen Menschen systematisch verbessert und bestehende Defizite abgebaut werden können. Dienstleistungsmentalität bezieht sich aber auch auf das **Selbstverständnis von Kommunen und anderen Institutionen**, die Unternehmern und Anderen die Wege zu einer Ansiedlung und einem erfolgreichen Agieren im Markt ebnet können.
6. Die **Produktentwicklung** muss **nachfrageorientiert, kreativ und innovativ** sein und sich bewusst auf **Kernkompetenzen und** Erfolg versprechende **Nischen** konzentrieren, um sich nicht zu verzetteln. Die Kommunikation und Vermarktung müssen entsprechend zielgenau sein. Hierüber ist im Verlauf der Workshops mehr Klarheit herbeizuführen.
7. **Kooperation und Bündelung** sind die Zauberwörter für Erfolg: Bei der Infrastrukturabstimmung, in der Produktentwicklung, bei den Marketingetats. Hierfür sind Notwendigkeiten, Chancen und Wege aufzuzeigen.
8. Die (tourismusbezogene) **Identität und das (touristische) Image der Region**, die **Profilierung als Freizeit- und Erholungsregion**, das Alleinstellungsmerkmal bzw. die Erfolg versprechende Mischung attraktiver Attribute sind noch **weitgehend unklar** und werden teilweise kontrovers gesehen. Es besteht Klärungsbedarf.
9. Schließlich **der entscheidende Knackpunkt: Gibt es eine „Freizeit- und Tourismusregion Mitteldeutsche Seenlandschaft“?** Hat sie ein **eigenständiges Markenpotenzial** oder ist es zielführender, ihre Potenziale und Angebote unter anderen, bereits bestehenden Markensäulen zu vermarkten? Welches sind ggf. die geeigneten Markensäulen und wie erfolgt die geforderte, Länder übergreifende Vermarktung im Zuge der über viele Jahre dauernden, allmählichen Etablierung der Seen im Markt?

Alle Ergebnisse müssen zusammengeführt werden und in ein konkretes Umsetzungskonzept münden, welches auf der Ergebniskonferenz im November 2006 anlässlich der Leipziger Tourismusmesse der Öffentlichkeit vorgestellt werden sollte.

Dabei geht es nicht darum, für alle Fragen endgültige Antworten zu formulieren, sondern darum, konstruktive und nach vorne gerichtete Diskussionen zu führen, Konsens und Dissens zu thematisieren, zu formulieren und daraus Vorschläge für die weiteren Phasen der Regionsentwicklung zu entwickeln.

Das Regionalforum Mitteldeutschland und alle Akteure sind sich bewusst, dass entscheidende Fragen gestellt sind, die wesentlich die Entwicklung der Region

Mitteldeutschland mitbestimmen werden. Nun folgen vertiefte, intensive Diskussionen im Rahmen dreier, bewusst Länder übergreifend konzipierter Workshops.

Auch hier hoffen die Verantwortlichen auf eine ebenso rege Beteiligung wie an der Auftaktveranstaltung. (Fotos abschließend)

Unter der Internetadresse www.mitteldeutsche-seenlandschaft.de werden Themen, Orte und Ablauf der thematischen Workshops im Herbst zu finden sein, Vorgesehen sind (die Orte und Ablauf werden rechtzeitig bekannt gegeben):

- 13.09.06: Workshop Infrastruktur
- 20.09.06: Workshop Organisation und Finanzierung
- 04.10.06: Workshop Marketing und Marke

Eine Anmeldung zu den Workshops wird wieder problemlos über die Internetadresse www.mitteldeutsche-seenlandschaft.de möglich gemacht.