

Kurzfassung

Heilbad Waren (Müritz) 2022

Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes
für die Stadt Waren (Müritz)



Stand: März 2012, ergänzt im Oktober 2012

Kurzfassung

Heilbad Waren (Müritz) 2022

Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes für die Stadt Waren (Müritz)

Auftraggeber	Stadt Waren (Müritz) – Günter Rhein, Bürgermeister Zum Amtsbrink 1, D-17192 Waren (Müritz)
Ansprechpartner	Dr. Gunter Lüdde, Amtsleiter Amt für Bau, Umwelt und Wirtschaftsförderung Claus Schneider, Sachbearbeiter Wirtschaftsförderung Telefon: +49 (0) 3991 177615
Auftragnehmer	inspektour GmbH* Osterstraße 124, D-20255 Hamburg
Ansprechpartner	Ralf Trimborn, Geschäftsführender Gesellschafter Julia Seelig, Projektleiterin Telefon: +49 (0) 40 414388743

Gliederung	Seite
I Ausgangssituation	3
▪ Einführung und Auftrag	3
▪ Tourismus in Waren (Müritz): Status quo	4
II Entwicklungskonzeption	6
▪ Vision	6
▪ Leitbild	6
▪ Konzept auf einen Blick	7
III Fazit: Zentrale Ergebnisse	9

Bei diesem Dokument handelt es sich um die Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes Waren (Müritz) von Reppel + Partner aus dem Jahre 1995. Bei der Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes kann inspektour in vielen Bereichen auf Vorhandenem und den Vorarbeiten im Rahmen der Erstellung des Standortgutachtens** für Waren (Müritz) aus 2010/11 aufbauen. Das Material wurde um aktuelle Entwicklungen und Erkenntnisse ergänzt.

Nach Fertigstellung des Konzeptes kam die Forderung aus der Politik nach einer stärkeren Berücksichtigung von Familien. Es wurde daher eine gutachterliche Stellungnahme zum Familientourismus in Waren (Müritz) beauftragt. Diese Stellungnahme ist als Ergänzung der Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes zu sehen. Die Kernaussagen zur Zielgruppe Familien wurden in das vorliegende Konzept integriert, eine ausführliche Darstellung erfolgt in einem separaten Dokument.

* Im Januar 2010 erfolgte ein Zusammenschluss von inspektour mit der Reppel + Partner GmbH, sodass nun auf einen gemeinsamen Wissens- und Erfahrungsschatz zurückgegriffen werden kann.

** Fortschreibung Standortgutachten Waren (Müritz) – Nachhaltige Tourismusedwicklung im Bereich Beherbergung

Quelle des Titelbildes: Stadt Waren (Müritz)

I Ausgangssituation

Einführung und Auftrag

Seit Erarbeitung des 1. Kurortentwicklungskonzeptes für die Stadt Waren (Müritz) sind über 15 Jahre vergangen. Die Umsetzung der damals festgelegten Maßnahmen ist inzwischen weitestgehend erfolgreich abgeschlossen.

Die Rahmenbedingungen im Tourismus haben sich seitdem im Allgemeinen und im Speziellen am Standort stark gewandelt. Der Wettbewerb auf dem Tourismusmarkt wird zunehmend stärker. Die Stadt Waren (Müritz) muss sich weiter und bewusster ihren Stärken und Potenzialen entsprechend positionieren, um eine wettbewerbsfähige Destination zu bleiben.

Waren (Müritz) ist seit 1999 staatlich anerkannter Luftkurort. Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) wurde 2007 das Leitbild „Vom Luftkurort zum Soleheilbad“ festgeschrieben. Das angestrebte Ziel „staatlich anerkanntes Heilbad“ zu werden, wurde am 2. Juni 2012 erreicht.

Damit stellt sich nun die zentrale Frage: **Waren (Müritz) – quo vadis?** Die Antworten auf diese Frage soll das Kurortentwicklungskonzept liefern.

Inhaltliche Bausteine der Konzeption sind:

- Sachstandsbeurteilung des Tourismus in Waren (Müritz): Status quo 2012
- Strategische Weiterentwicklung des Tourismus in Waren (Müritz): Heilbad Waren (Müritz) Vision 2022

Das Konzept dient den Entscheidungsgremien und Entscheidungsträgern der Stadt Waren (Müritz) sowie den Bürgern und insbesondere den Akteuren im Tourismus als **Leitbild und Strategiepapier für die Tourismusedwicklung in Waren (Müritz)**.

Beauftragt wurde die Fortschreibung des Kurortentwicklungskonzeptes für die Stadt Waren (Müritz) unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen im Tourismus mit dem Ziel, ein neues Leitbild zu entwickeln und die strategischen Leitplanken für einen zukunftsfähigen Wirtschaftszweig Tourismus festzulegen, damit die Stadt Waren (Müritz) auch in der Zukunft gut aufgestellt ist und das Rüstzeug erhält, um sich weiterhin im touristischen Wettbewerb behaupten zu können.

Die Konzepterstellung erfolgte unter Beachtung der Vorgaben der regionalen und landesweiten Tourismusedwicklung und -planung, insbesondere des Leitbildes Mecklenburgische Seenplatte und der Fortschreibung der Landestourismuseduktion Mecklenburg-Vorpommern.

Tourismus in Waren (Müritz): Status quo

Im Rahmen der Erfassung und Bewertung der aktuellen Situation im Tourismus in Waren (Müritz) sind folgende Bereiche untersucht worden:

- Prädikatisierung (nach dem Kurortgesetz Mecklenburg-Vorpommern)
- Lage, Erreichbarkeit und Anbindung (inkl. Entfernungen zu Zentren/Metropolen)
- Nachfrage: Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte (1995-2010), Aufenthaltsdauer, Saisonalität, Tourismusintensität, Quellgebiete, Gästestruktur und -verhalten, Tagestourismus
- Beherbergung: Entwicklung des Bettenangebotes (1995-2010), Struktur des Bettenangebotes, Art und Anzahl der Betriebe, Beherbergungsstruktur sowie Standortentwicklung im Bereich Beherbergung
- Gastronomie
- Tourismusangebot und -infrastruktur: u. a. Wegeinfrastruktur, Wassertourismus, Naturtourismus, Freizeitangebote und Ausflugsziele, Veranstaltungen
- Gesundheitsangebot und -infrastruktur
- Organisation: Tourismusstellen und -zuständigkeiten, Gästeinformation
- Marketing
- Wertschöpfung im Tourismus
- Markt und Wettbewerb

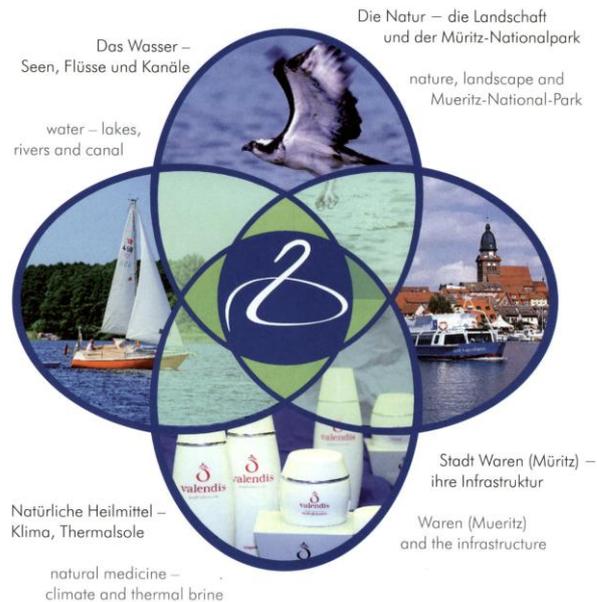
Auf eine ausführliche Darstellung des Status quo wird an dieser Stelle verzichtet, um einer ergebnisorientierten Darstellung gerecht zu werden. Die Erkenntnisse der Situationsanalyse sind in die folgende SWOT-Zusammenstellung eingeflossen als Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats).

Die wesentlichen Aspekte, die im Rahmen der SWOT-Analyse ermittelt wurden, sind:

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stadtbild, Ambiente, maritimes Flair • Natur/Landschaft insb. Müritz-Nationalpark • Müritzzeum • Wassertourismus • Rad- und Wanderwege • Beliebtes Tagesausflugsziel • Veranstaltungen/Events • Anerkannte Heilquelle <p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unzureichende Barrierefreiheit in einigen Bereichen, insb. im nicht-öffentlichen Bereich (z. B. Hotellerie, Gastronomie, Handel) • Wenig Angebote für Familien/Kinder • Servicequalität stimmt nicht immer • Preis-Leistungs-Verhältnis passt z. T. nicht • Unterversorgung mit ergänzender saisonverlängernder freizeit-touristischer Infrastruktur (z. B. adäquates Schwimmbad) • Suboptimale Tourismusstrukturen vor Ort und in der Region in Bezug auf Kooperation und Organisation 	<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bekanntheitsgrad der Müritz • Demografischer Wandel • Vernetzung und Kooperation • Vor- und Nachsaison • Prädikatisierung staatlich anerkanntes Heilbad • Neue Märkte (z. B. Selbstzahler) als Gesundheitsstandort • Neue Medien • Stadtsanierung und Standortentwicklung <p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saisonalität • Nachwuchs- und Fachkräftemangel • Wettbewerber „Künstl. Seenplatten“ • Verkennen der Bedeutung von Qualität • Demografischer Wandel und Stadtentwicklung • Finanzierung des Tourismus • Mangelndes Tourismusbewusstsein Einzelner
---	---

Diese Aspekte dienen als Basis für die Konzeptentwicklung und sind Input für die strategische Ausrichtung von Waren (Müritz). Im Konzept wird der Umgang mit den o. g. Aspekten festgeschrieben: Welche Stärken sollen wie ausgebaut, welche Schwächen wodurch abgebaut, welche Potenziale wie genutzt und welche Risiken womit minimiert werden?

Die (touristische) Profilbildung der Stadt Waren (Müritz) basiert aktuell auf den herausragenden Angebotselementen (Wasser, Natur, natürliche Heilmittel und Infrastruktur) der Stadt.



Wasser - die Müritz, vernetzte Wasserwege und Wasserwanderwege, Stadthafen (Binnenmüritz), Wassersport, Fahrgastschifffahrt

Natur - v. a. Müritz-Nationalpark, Naturparke Nossentiner/Schwinzer Heide sowie Mecklenburgische Schweiz und Kummerower See, Müritzeum, Fauna und Flora

Stadt Waren (Müritz) – ihre Infrastruktur: v. a. Mittelzentrum, Standort von Wirtschaft, Bildung und Kultur sowie Erholung und Freizeit, kurortrelevante Infrastruktur, Sanierung und Revitalisierung der Innenstadt

Natürliche Heilmittel - v. a. Heilklima, Thermalsole (jodhaltige Sole 157g/l Gesamtmineralisation; 59,3° Bohrlochtemperatur), Hauptindikationen: Erkrankungen der Atemwege, Haut, des Stütz- und Bewegungsapparates sowie Nutzung als Begleittherapie

Die Kombination bzw. Bündelung dieser herausragenden Angebotselemente an einem Standort ist das Alleinstellungsmerkmal bzw. USP (Unique Selling Proposition) der Stadt Waren (Müritz). Die SWOT-Analyse hat den alleinstellungsfähigen Angebotsmix bestätigt, die Kurortentwicklungskonzeption baut daher weiterhin hierauf auf.

II Entwicklungskonzeption

Vision

Ein Tourismusentwicklungskonzept bildet die strategische Grundlage für die nächsten fünf bis zehn Jahre. Das vorliegende Kurortentwicklungskonzept soll ab Erstellung im Jahr 2012 einen Zeithorizont von 10 Jahren abdecken. In Anlehnung an jüngste Konzeptionen des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern (TMV) wurde das Jahr 2022 festgelegt.

Das Heilbad Waren (Müritz)...

Vision 2012

... ist ein moderner Kurort und regionales Gesundheitszentrum sowie der touristische Leuchtturm der Mecklenburgischen Seenplatte.

... ist ein deutschlandweit bekanntes und geschätztes Urlaubsziel, das bezogen auf Organisations- und Marketingstrukturen in die Mecklenburgische Seenplatte integriert ist und in dem über die Stadtgrenzen hinaus ein „Wir“-Gefühl sowie eine regionale Identität bei den Dienstleistern und in der Bevölkerung besteht.

... präsentiert sich dem Gast freundlich, gesund, naturverbunden und maritim.

... hat sich mit einer hohen Qualität und einem zielgruppenorientierten Angebot etabliert.

... wird als attraktive Destination (Wasser, Landschaft (mit Nationalpark-Status), Medizin/Sole) zwischen den Ballungsräumen Hamburg, Berlin und Stettin wahrgenommen und entwickelt sich nachhaltig weiter.

Leitbild

Das Leitbild ist ein prägnanter Satz, der das anvisierte Ziel auf den Punkt bringt. Die korrespondierenden Handlungsmaximen beschreiben das erforderliche Verhalten der Akteure zur Zielerreichung.

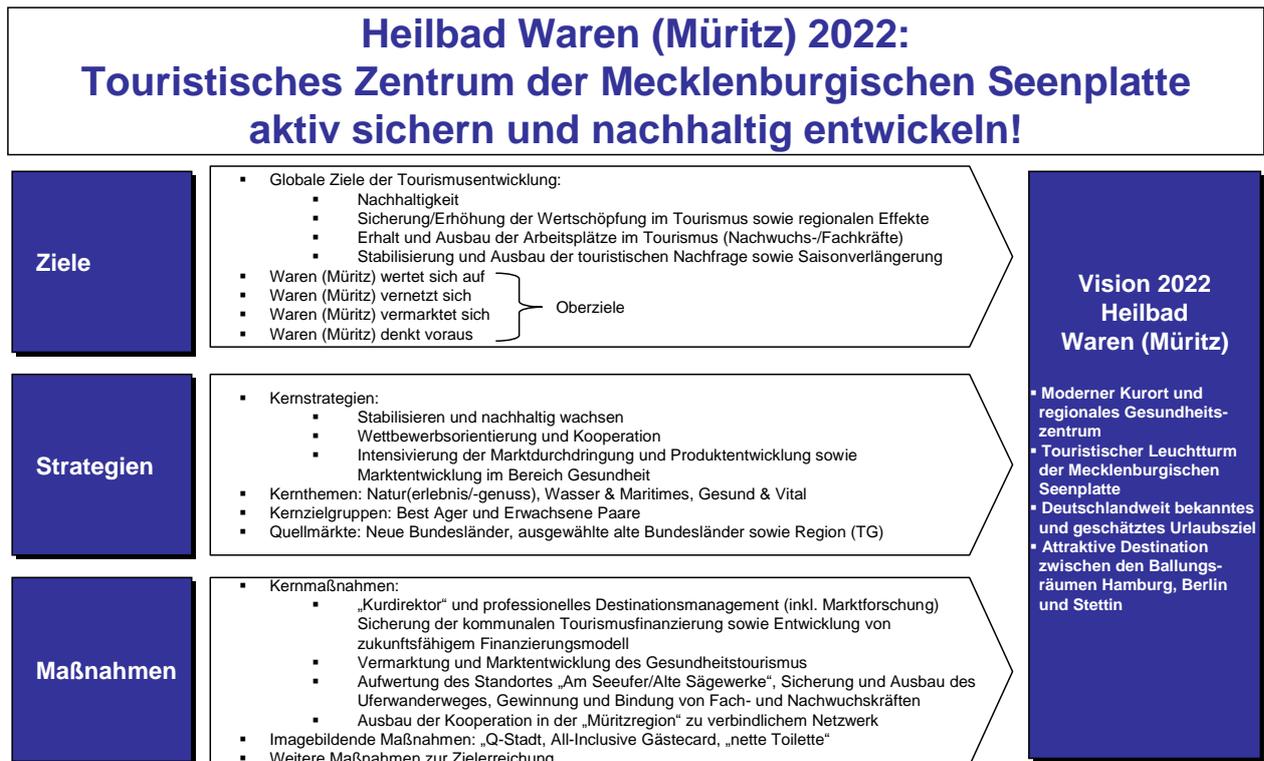
Heilbad Waren (Müritz): Touristisches Zentrum der Mecklenburgischen Seenplatte aktiv sichern und nachhaltig entwickeln!

Konzept auf einen Blick

Im Rahmen der Konzepterstellung wurde ein **Zielsystem** entwickelt. Zunächst wurden globale Ziele definiert, die grundlegende Ziele der Tourismusedwicklung in jedem Ort bzw. jeder Destination darstellen. Speziell für die Kurortentwicklung in Waren (Müritz) sind vier ortsbezogene Oberziele festgeschrieben worden. Diese Oberziele werden jeweils mittels Detailzielen konkretisiert.

Strategien, Themen und Zielgruppen: Unter Berücksichtigung wichtiger Vorgaben (insbesondere Landestourismuskonzeption) werden die für Waren (Müritz) bedeutsamen Strategieoptionen dargelegt. Relevante Themen und Zielgruppen wurden fixiert.

Diese Abbildung fasst die Kerninhalte des Konzeptes zusammen.



Im Fokus der Umsetzung des Konzeptes stehen die **Kernmaßnahmen**. Dies sind die zentralen zukunftsorientierten Maßnahmen für die Kurortentwicklung in Waren (Müritz).

Die Schaffung neuer Tourismusstrukturen bzw. der zusätzlichen Stelle des „Kurdirektors“ ist entscheidend, da hiermit ein zentraler Ansprechpartner und Repräsentant sowie Denker und Lenker sowie Macher und Networker im Tourismus aktiv wird.

Die Sicherstellung der kommunalen Tourismusfinanzierung ist essentiell für die Kurortentwicklung und vor dem Hintergrund, dass der Tourismus eine freiwillige Aufgabe ist, besonders brisant. Mittelfristig gilt es ein zukunftsfähiges Finanzierungsmodell des Tourismus zu entwickeln, das auch Privatwirtschaft einbezieht.

Der Aufbau des Gesundheitstourismus hat bereits begonnen und wird als neues Thema in den nächsten Jahren eine wichtige Rolle in der Vermarktung einnehmen.

In der Inwertsetzung des Standortes „Alte Sägewerke“ wird eine entscheidende Aufwertung der Stadt Waren (Müritz) gesehen. Den Gästen bietet sich nach dem Lückenschluss des Uferwanderweges eine attraktive Wegführung an der Binnenmüritz.

Die von den Gästen wahrgenommene Servicequalität im Tourismus basiert auf dem Personal. Fachkräfte gewinnen und an den Standort binden sowie den Nachwuchs sichern, ist eine Herausforderung, der sich auch die Stadt Waren (Müritz) sowie die regionale Tourismuswirtschaft stellen muss.

Vor dem Hintergrund der knappen Finanzen und der Gewährleistung eines effizienten Mitteleinsatzes im Tourismusmarketing ist ein Ausbau der Kooperation auf Ortsebene sowie in der „Müritzregion“ wichtig.

III Fazit: Zentrale Ergebnisse

- Leitbild: Heilbad Waren (Müritz): Touristisches Zentrum der Mecklenburgischen Seenplatte aktiv sichern und nachhaltig entwickeln!
- Die Oberziele der Kurortentwicklung sind: Waren (Müritz) wertet sich auf, Waren (Müritz) vernetzt sich, Waren (Müritz) vermarktet sich und Waren (Müritz) denkt voraus.
- Der Tourismus in Waren (Müritz) muss nachhaltig weiter entwickelt werden. Es stehen in erster Linie qualitative Verbesserungen an, quantitatives Wachstum (z. B. im Bereich Beherbergung) muss stadt- und raumverträglich (vgl. Standortgutachten) sein. Nur sinnvolle Investitionen sind zu forcieren!
- Das alleinstellungsfähige Angebot von Waren (Müritz), d. h. die Kombination der vier Bereiche „Wasser, Natur, natürliche Heilmittel und Infrastruktur der Stadt Waren (Müritz)“ an einem Standort wurde bestätigt und ist damit weiterhin gültig. Es ist zukunftsorientiert bzw. aktueller denn je! Das darin liegende Potenzial muss insbesondere im Bereich Gesundheit/Sole weiter erschlossen und inwertgesetzt werden.
- Thematisch muss die Positionierung von Waren (Müritz) über Natur-, Wasser- und Gesundheitstourismus erfolgen, abzurunden ist dieser Themenmix durch das weitere Angebot und die Infrastruktur der Stadt, was Waren (Müritz) zu einem attraktiven Urlaubs- und Ausflugsziel macht.
- Der im Aufbau befindliche Gesundheitstourismus trägt zur Stärkung der Stadt Waren (Müritz) als regional bedeutsamer Gesundheitsstandort und zudem zur Saisonverlängerung bei. Diese Chance muss Waren (Müritz) nutzen!
- Kernzielgruppen von Waren (Müritz) und damit im Fokus der breiten Gästearsprache (Kommunikation) sind die sogenannten Best Ager sowie erwachsene Paare. Die Größe und Bedeutung dieser Gruppen wird vor dem Hintergrund des demografischen Wandels noch steigen! Eine weitere Zielgruppenbearbeitung sollte bei Familien (v. a. Angebotsbündelung) sowie nach Bereichen (z. B. Camping) von den entsprechenden Leistungsanbietern stattfinden.
- Waren (Müritz) muss sich den Anforderungen des zunehmenden Wettbewerbs im Tourismusmarkt stellen, auch „wenn es noch nicht weh tut“! Die Kernmaßnahmen zeigen den Weg in eine erfolgreiche Tourismuszukunft auf.
- Ein „Kurdirektor“ für Waren (Müritz) als „Destinationsmanager“ und Networker ist eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche weitere Tourismusedwicklung in der Stadt und in der „Müritzregion“.
- Fachkräfte bilden die Basis für eine gute Servicequalität im Tourismus, daher müssen sie durch gute Standortbedingungen an Waren (Müritz) gebunden und weitere Fach- und Nachwuchskräfte gewonnen werden.
- Die zentrale Maßnahme zur Aufwertung des Stadtbildes sowie des Tourismusortes Waren (Müritz) ist die Inwertsetzung des Standortes „Alte Sägewerke“ (vgl. Standortgutachten). Die Sicherung des Uferwanderweges sowie Lückenschlüsse tragen zur weiteren Attraktivitätssteigerung bei.

- Bei größeren Investitionen (z. B. in saisonverlängernde freizeit-touristische Infrastruktur) sind neue Finanzierungs- und Betreiberstrukturen zu finden, da die Verfügbarkeit kommunaler Mittel für die freiwillige Aufgabe „Tourismus“ zunehmend kritisch wird.
- Die Kurortentwicklung in Waren (Müritz) steht und fällt mit der Sicherung der kommunalen Finanzierung der öffentlichen Tourismusstellen und der Tourismusinfrastruktur. Mittelfristig gilt es, ein Finanzierungsmodell für den Tourismus unter Beteiligung der Privatwirtschaft zu entwickeln, um den Tourismus zu sichern und auf eine breitere Basis zu stellen!
- Die Bedeutung von Kooperationen auf Ortsebene, aber auch mit den Kommunen und Tourismusakteuren in der „Müritzregion“ wird zukünftig eine zunehmend wichtigere Rolle im strategischen und operativen Tourismusgeschäft, insbesondere im Marketing, einnehmen. Waren (Müritz) muss sich stärker vernetzen und als Motor der Region die regionale Vernetzung vorantreiben!
- Die Stadt Waren (Müritz) ist in einer Gunstposition: „Tor zum Müritz-Nationalpark“ und „touristischer Leuchtturm der Mecklenburgischen Seenplatte“. Diese Stellung gilt es auch zukünftig zu halten und auszubauen. Es wäre fatal, sich auf diesen Lorbeeren auszuruhen!