

Anlage 1

zur Tourismuskonzeption für die Tourismus-Erlebnis-Region Parchim

Analyseergebnisse



Gliederung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Angebot, Qualität und Infrastruktur

Touristische Nachfrage

Strategie, Kommunikation und Vertrieb

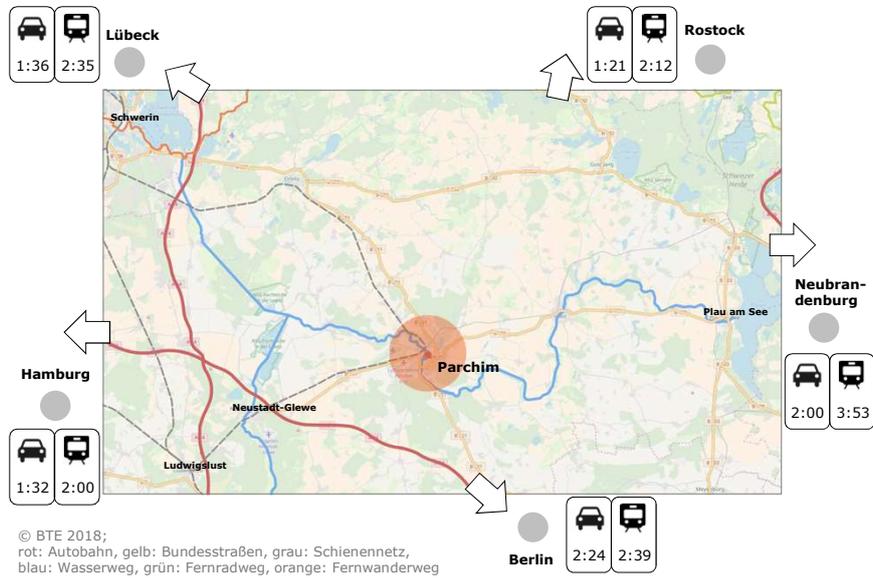
Organisation und Kooperation

Benchmark-Vergleich

Innensicht

© Foto: BTE

Lage und Anbindung



3

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Gute Anbindung an Berlin und Hamburg sowie Schwerin, Ludwigslust und Seenplatte mit dem PKW

- **Autobahnanbindung**
- **Regionalbahn-Anbindung**
- **Anbindung an Fernradwege**
- **Wassernetz für motor- und muskelbetriebenen Schiffsverkehr**
- **E-Mobil-Stellplätze am Stadthaus**
- **City-Bus**

- **ICE/IC-Bahnhof**
- **Fernbusnetz und -verbindungen**
- **Nur vereinzelt innerstädtischer ÖPNV-Betrieb an Wochenenden**
- **Dünnes Nahverkehrsangebot in der Region (besonders seit Wegfall der Bahn nach Osten)**

© Foto: Uli Carthäuser - pixelio

4

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Angebot, Qualität und Infrastruktur

Touristische Nachfrage

Strategie, Kommunikation und Vertrieb

Organisation und Kooperation

Benchmark-Vergleich

Innensicht

© Foto: BTE

5

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Themen im Tourismusmarketing

Orientierung an groben, übergeordneten Themen Parchims



© Foto: Stadt Parchim, Hartcorallen Drachenboot Parchim e.V. (u.l.)

6

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Vorgehensweise der Bewertung



© BTE 2016

7

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Backsteingotik

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte



© Foto: BTE

- Parchim ist Teil der **Europäischen Route der Backsteingotik**
- **Mittelalterliche Backsteingebäude: Rathaus, St. Marien-Kirche, St. Georgen-Kirche und die Stadtmauer**
→ Besonderheit: Sie dokumentieren die religiöse, geistig-kulturelle und architekturgeschichtliche Entwicklung einer ganzen Kulturlandschaft
- Intakter Stadtkern, malerisches Ensemble von Backsteingotik und **historischen Fachwerkhäusern**
- Zum Teil sehr gut erhaltene **Gewölbekeller**

8

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Backsteingotik

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Offene Kirchen:** Kirchturmbesteigung und Besichtigungen sind möglich jedoch saisonal eingegrenzt
- **Veranstaltungen mit Bezug zur Kulisse,** u.a.
 - „Musik zum Tagesausklang“
 - Orchesterkonzerte
 - Orgelkonzerte
 - Adventskonzerte
- **Stadtführungen/Stadtrundgänge**



© Foto: BTE



© Foto: BTE

Erste Bedarfe:

- Thematische Führungen
- Storytelling
- Multimediale Infovermittlung
- (Licht-)Inszenierungen

Backsteingotik

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte



Kultur und Veranstaltungen

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte



- Regelmäßige kulturelle **Veranstaltungen**, Feste und Märkte
- Zahlreiche **Ausstellungs- und Veranstaltungsstätten**
- **Parchimer Theaterszene**, u.a. Mecklenburgisches Landestheater: Junges Staatstheater Parchim
- **Parchimer Skulpturen**
- **Wirkungsstätte** vieler Parchimer Künstler

**Perspektivisch:
Kultur-Mühle**

11

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Kultur und Veranstaltungen

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Regelmäßige kulturelle Veranstaltungen**
 - Konzerte
 - Ausstellungen
 - Lesungen
 - Kino
- **Regelmäßige Feste/Märkte**
 - Martinimarkt
 - Stadtfest Parchim
- **Kulturprogramme**
 - Kultur-Sommer-Parchim
 - Parchimer Kunstschau
 - Velo Classico Germany
- **Veranstaltungskalender**
- Führungen



© Foto: BTE

Erste Bedarfe:

- Touristische Vermarktung der kulturellen Angebote
- Verbindung zwischen Aktiv und Kultur

12

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Kultur und Veranstaltungen

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

Öffentliche Stadtführungen



13

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Erholung und Aktivurlaub

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Anbindung an das Radfernetz**
 - Elbe-Müritz-Radweg
 - Mecklenburgischer Seenradweg
- **Wasserreichtum, Blickachsen**
 - Lage an der Elde-Müritz-Wasserstraße
 - Wockersee (bisher wenig touristisch erschlossen)
- **Waldreichtum, Douglasienbestände**
- **Naturräume**
 - Landschaftsschutzgebiet Lewitz
 - Sonnenberg und Ruhner Berge
 - Slater Moor & Darzer Moor
- **Grünzüge in der Stadt** (Alter Friedhof, Wall, freigelegte Wasseradern etc.)



© Foto: BTE



© Foto: BTE

14

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Erholung und Aktivurlaub

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Wasserwanderrastplatz mit guter infrastruktureller Ausstattung**
- **Ausleihmöglichkeiten:** Kanuverleih, Fahrradverleih und -werkstatt, Angelgeräteverleih
- **Badeanstalt** am Wockersee
- **Radwanderrouten** (reg. & lok.)
- **Halt MS Mecklenburg**



Erste Bedarfe:

- Ausbau des Leitsystems bzw. multimediale Informationsvermittlung
- Überprüfung der Radwegequalität und Begleitinfrastruktur
- Verbindung zwischen Aktiv und Kultur
- Touren mit unterschiedlichen Längen/Schwierigkeitsgraden
- Vernetzung mit Partnergemeinden

15

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Erholung und Aktivurlaub

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Pauschale „Auszeit mit der besten Freundin“**
 - 2 x Übernachtung inklusive Frühstücksbüffet
 - Beauty-Programm
 - Kanumiete inkl. Ausrüstung und 1 Picknickkorb für unterwegs oder in der kalten Jahreszeit Restaurant-Gutschein
 - gratis Parkplatz und Stadtplan von Parchim
- **Pauschale „Männer-Action-Tour“**
 - 2 x Übernachtung inkl. Frühstücksbüffet
 - mehrstündige geführte Quadtour
 - Kanumiete inkl. Ausrüstung und 1 Picknickkorb für unterwegs
 - 1 x Grill
- **Pauschale „Gemütliches Wochenende“**
 - 3 x Übernachtung von Freitag bis Montag
 - 3 x Frühstück vom Büfett

16

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Märchen, Sagen und Persönlichkeiten

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte



- **Geburts- bzw. Heimatort/Wirkungsstätte bekannter/historischer Persönlichkeiten z.B.**
 - Graf H. von Moltke
 - Alexander Behm (Echoloterfinder)
 - Vorfahren Gebrüder Mann
 - Johann Jakob Engel
- Sage des **Räuber Vieting**



17

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Märchen, Sagen und Persönlichkeiten

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- **Museum der Stadt Parchim** (Stadtgeschichte und Persönlichkeiten)
- Besichtigungsmöglichkeit des **Moltke-Geburts Hauses**
- **Höhle des Räuber Vieting**
- **Szenische Stadtführungen Graf H. von Moltke und Räuber Vieting**
- Verschiedene **Denkmäler** berühmter Persönlichkeiten

Erste Bedarfe:

- Infotafeln an relevanten Orten
- Digitale Angebote: Touren ohne menschliche Führer
- Storytelling
- Weitere Mitmach- und Animationsangebote, z.B. für Kinder
- Potential: Fangelurm



18

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Märchen, Sagen und Persönlichkeiten

Angebot

Erlebbarkeit

Produkte

- Pauschale „Spezial für Familien - Auf Räuber Vietings Spuren “
- **Stadtführung** „Auf Erbsenspur mit Räuber Vieting“
- **Stadtrundgang** mit Graf H. von Moltke



© Foto: Stadt Parchim



© Foto: Stadt Parchim

19

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Zusammenfassung

	Backstein- gotik	Kultur, Veran- staltungen	Erholung und Aktiv- urlaub	Märchen, Sagen & Persönlich- keiten
Untersetzung mit Angeboten	✓	✓	✓	✓
Erlebbarkeit der Angebote	?	✓	✓	?
Verfügbarkeit von Produkten	✗	✗	?	?

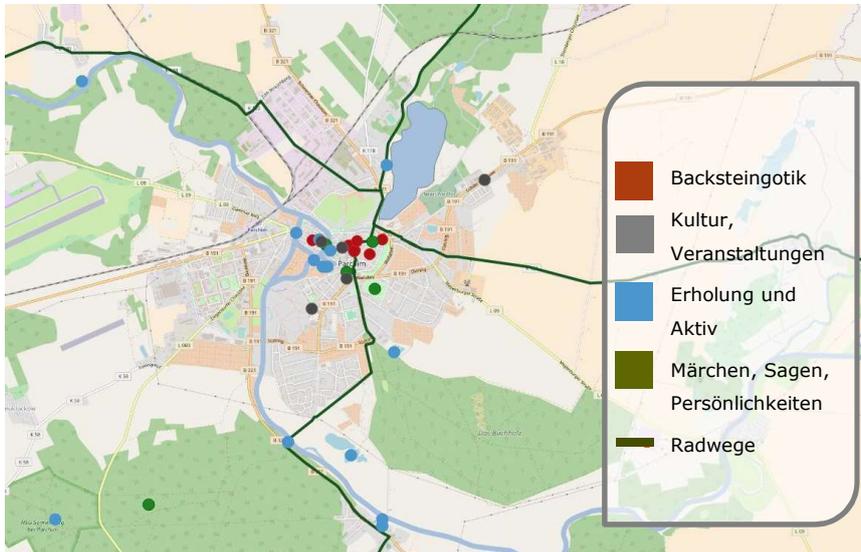
✓ = gegeben ? = zum Teil gegeben ✗ = nicht/kaum gegeben

© Stadt Parchim (links und rechts); ostseemagazin.net (m.l.), Hartcorallen Drachenboot Parchim e.V, Stadt Parchim (m.r.)

20

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Thematische Verortung bedeutsamer POIs



© BTE, Kartengrundlage: openstreetmap

21

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Blick in die Region – Touristische Erlebnispunkte



© Fotos: Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.; Kartengrundlage: openstreetmap; Anmerkungen: grau – Kultur/Veranstaltungen, blau – Aktiv/Erholung/Natur, rot – backsteingotik

22

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Themen, Attraktionen und Produkte



**Vielseitiges Angebot –
Spannungsbogen von
Kultur/Historie über Aktiv
in der Natur zu
Erholung/Ruhe**

- **Großer kultureller
Reichtum für kleine Stadt**
- **Themenschwerpunkte mit
Infrastrukturen und
Angeboten untersetzt**
- **Zahlreiche Potentiale zur
touristischen
Inwertsetzung vorhanden**
- **Vielseitige Angebote in
der Region**



- **Erlebbarkeit:
Vorhandenes Angebot
vielerorts nicht
touristisch inszeniert**
- **Sichtbarkeit und
Buchbarkeit der Produkte,
inkl. Online-Buchbarkeit**
- **Spärliche
Infomöglichkeiten im
öffentlichen Raum**
- **Kaum Angebote im
Bereich Gesundheit,
Wellness, SPA**

© Foto: Danien Stricker, pixelio

23

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristisches Angebot lt. amtlicher Statistik

Beherbergungsangebot

2012-2017: -25,2%

2017 (absolut): 264

Bettenangebot

2012-2017: -10%

2017 (absolut): 9

Bettenauslastung

2012-2017: +7,2%

2017 (absolut): 28,8%

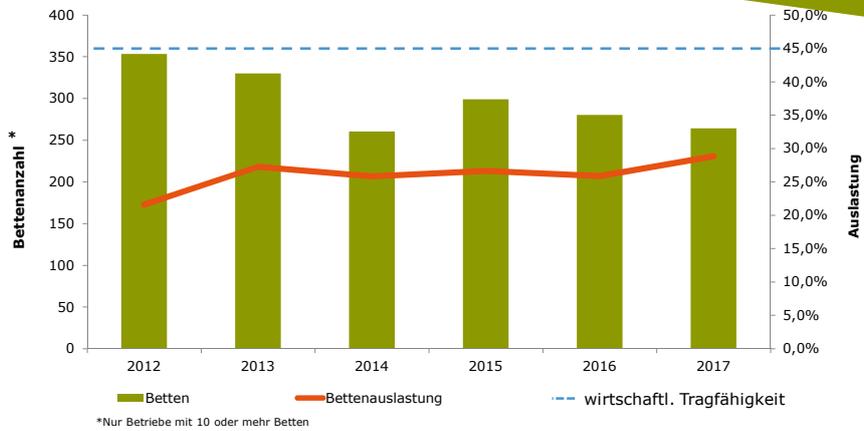
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018,
Nur Betriebe mit 10 oder mehr Betten

24

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Bettenangebot und -auslastung

2017 (absolut): 28,8%



- **Stabile Auslastung bei abnehmender Anzahl der angebotenen Betten**
- **Auslastung unterhalb der wirtschaftlichen Tragfähigkeit (Richtwert: 45%)**

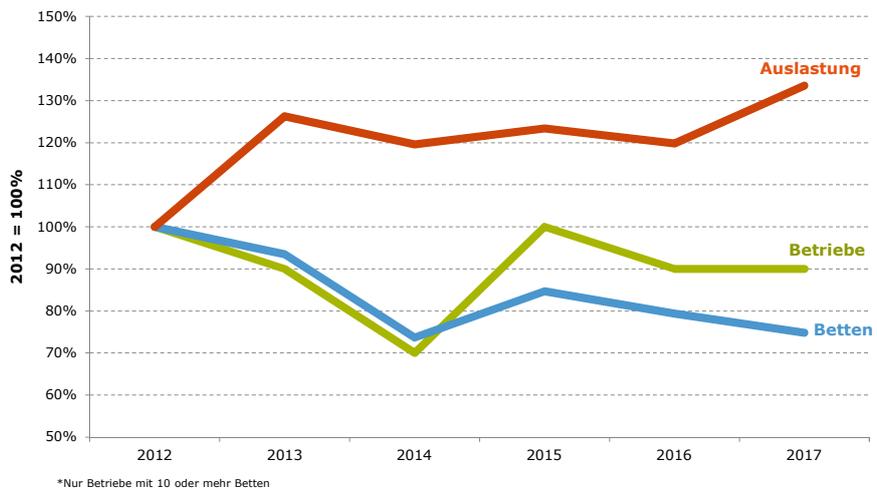
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018

25

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Beherbergungsangebot

Relative Entwicklung Betriebe, Betten und Auslastung (2012-2017)



© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018

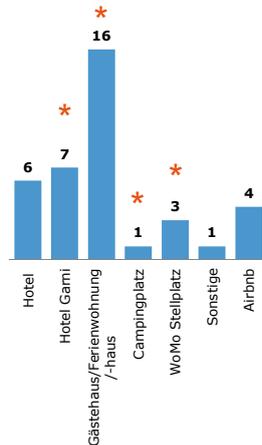
26

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Beherbergungsstruktur

Totale Anzahl der Betriebe = 34

(Betriebe mit <> 10 Betten, buchbar über booking.com, hrs.de, die eigene HP oder die Webpräsenz bzw. das Gastgeberverzeichnis der Stadt Parchim und AirBnB)



Hotel
Brauhaus Zum kaiserlichen Postamt
Bootshaus Wockersee
Hotel Stadtkrug
Brocki's Hotel Stadt Hamburg
Hotel am Bahnhof
Hotel Zum Fährhaus

Hotel Garni
Café & Pension Am Brunnen*
Pension-No 9
Gasthaus Zum Heiligen Geisthof
Pension Bahnhofstraße 1
Mecklenburger Hof
Alte Bäckerei
Pension Waldesruh

Campingplatz
Café & Pension Am Brunnen*

WoMo Stellplatz
Fischerdammparkplatz
Café & Pension am Brunnen*
WWR Hohe Brücke in Parchim

Gästehaus/Ferienwohnung/-haus

St. Nikolai
Bahlberg
Familie Heimbald
Familie Mauder (Gästehaus)
Familie Stempel
Familie Schmidt
Familie Mauder (FeWo)
Familie Horn
Familie Kaussow
Familie Kollmorgen
Familie Malitz
Familie Pless
Familie Bartelt
Familie Gruhlke
Ferienhäuser im Wockertal
Café & Pension Am Brunnen*

Sonstige

Jugendbildungsstätte
Pfarrhaus Damm

AirBnB

4 private Gastgeber

* Der Betrieb Café & Pension am Brunnen lässt sich mehreren Betriebsarten zuordnen.

© BTE 2018; Quelle: Gastgeberverzeichnis, booking.com, hrs.com, airBnB.de (Aufgerufen 24.05.2018 & 26.07.2018 (AirBnB))

27

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gastronomie

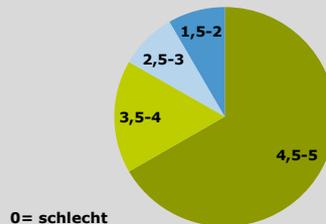
- **Angebot** von „einfach“ bis „anspruchsvoll“ (Imbiss, Café, Restaurant, Bar)
- Angebot **regionaler Speisen** sowie **unterschiedlicher Nationalität**
- 37 Betriebe gelistet auf der **Homepage** der Stadt
- 2 Betriebe beteiligen sich an der **MV Erlebniscard (Schlemmer-Card)**
- Keine **Sterne-Gastronomie**
- Kaum Gastronomie **am Wasser**



Beurteilung der Qualität anhand der Bewertungsplattform Tripadvisor



- 67% der Betriebe sind im sehr guten Bereich
- 8% der Betriebe sind mangelhaft



0 = schlecht
5 = ausgezeichnet

© BTE 2018; n = 12

28

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Einzelhandel

- **Parchim Center** außerhalb der Innenstadt
- **Keine Darstellung** des Einzelhandels auf der Homepage der Stadt
- Größtenteils **ansprechende Gestaltung** der Schaufenster und Außenverkaufsflächen
- Überschaubare Anzahl **inhabergeführter Fachgeschäfte** im Zentrum
- **Wenige Marken und „Big Player“** im Textilhandel
- **Öffnungszeiten** werktags z.T. nur bis 18:30 Uhr, Samstag bis 16 Uhr



29

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Angebot: Unterkunft, Gastronomie, Einzelhandel



- **Hotels im 3- und 4-Sterne-Bereich**
- **Durchschnittspreise in Hotellerie vergleichbar**
- **4 Bett+Bike-Betriebe**



- **Sinkende Anzahl an Betten, schwankende Anzahl an Betrieben**
- **Quantität des Einzelhandels**
- **Keine Beherbergungskapazitäten für Großgruppen**

© Foto: Gaby Stein, pixelio

30

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Klassifizierungen und Zertifizierungen



© BTE 2018; Internetseiten der jeweiligen Qualitätslabels, In wenigen Fällen sind im Internet nicht alle ausgezeichneten Betriebe dargestellt; alle dargestellten Zahlen sind Momentaufnahme (Stand Mai 2018)

31

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Barrierefreie Angebote

- Barrierefreier Zugang zur **Tourist-Information** + Behindertentoilette
- Barrierefreie **Anreise** mit Zug und PKW möglich
- **Behindertenparkplätze** in ausreichender Anzahl vorhanden
- **Stadthalle ist barrierefrei**
- Barrierefreie Besichtigung der **Sehenswürdigkeiten** nur **eingeschränkt** möglich
- **„Reisen für alle“** – keine Zertifizierungen
- Keine Präsentation **barrierefreier Unterkünfte und Angebote auf der Homepage**
- **Keine Blinden-Stadtmodelle**



© www.reisen-fuer-alle.de



© Foto: BTE



© Foto: BTE

32

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Aufenthaltsqualität

- Ergebnisse der Ortsbildanalyse in den Themenfeldern
 - **Ankunftssituation mit Pkw** (betrachtet wurden ausgewählte Ortseingänge sowie die Parkplatzsituation), ÖPNV (betrachtet wurden der Bahnhof und der Busbahnhof) und Fahrrad,
 - **Orientierung und Information** (betrachtet wurden die Leitsysteme sowie die Bereitstellung touristischer Informationen für PKW-Fahrer, Fahrradfahrer und Fußgänger) sowie
 - **Infrastruktur** (betrachtet wurde die Gestaltung der öffentlichen Möblierung sowie Grünelemente, die Architektur und Ensemblewirkung sowie die Dichte an Shopping- und Gastronomieangebot und POIs).
- **Insgesamt kann betont werden, dass mehr Stärken als Schwächen festgestellt wurden und ein sehr positives Gesamtbild der Stadt Parchim entstanden ist**
- Beachte: Eine hundertprozentige Objektivität ist bei einer ästhetischen Bewertung von Ortsbildern auch mit Hilfe eines standardisierten Kriterienkatalogs nicht zu gewährleisten. Die Beschreibungen können möglicherweise an einigen Stellen übertrieben kritisch wirken. Diese kritische Sichtweise wurde bewusst gewählt, da erstens das Gästerteil wahrscheinlich kritischer als das des Anwohners ist und zweitens so verstärkt Handlungspotenziale aufgezeigt werden können.

33

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Aufenthaltsqualität

	Ankunft				Orientierung & Information				Infrastruktur					
	Eingangssituation / Erster Eindruck	Bahnhof / Busbahnhof / Anbindung ÖPNV	Parkplatzsituation	Fahrradabstellmöglichkeiten	Pkw Leitsystem (tour. und Parkleitsystem)	Hotelleitsystem	Fußgängerleitsystem	Radfahrerleitsystem	touristische Information	Ortsgestaltung insgesamt	Architektur / Ensemblewirkung, Plätze	Öffentliche Grünelemente	Öffentliche Möblierung	POIs, Gastronomie, Shopping
Kernstadt Parchim	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© BTE 2018; Ergebnisse der Ortsbildanalyse

34

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Ankunftssituation

positives

- An allen **Stadteingängen** Informationen zu gebührenfreien Parkmöglichkeiten (sowie Ankündigung des Stadtfestes und Hinweise auf die Partnerstädte)
- Regionale Bausubstanz des **Bahnhofs**, gepflegtes und sauberes Umfeld, kleiner Park mit Verweilmöglichkeiten nahe dem Bahnhofsvorplatz
- Großer zentraler und gepflegter **Busbahnhof** mit überdachten Wartebereichen, Sanitäranlagen und Café
- Zentrale **Orientierungs- und Informationsangebote** am Bahnhof & Busbahnhof
- Gepflegte, saubere **ÖPNV Haltepunkte**
- Diverse Parkmöglichkeiten **vorhanden, auch Behindertenparkplätze**
- Zahlreiche kostenfreie Parkmöglichkeiten in Laufentfernung zum Zentrum
- Saubere, gepflegte, übersichtliche **Parkplatzflächen**; zentral ausgewiesene Parkflächen mit Begleitinfrastruktur (Infotafeln, Müllentsorgung, Sitzgelegenheiten)
- Lademöglichkeiten für **E-Fahrzeuge** am Stadthaus
- Stellplätze für **Caravan** vorhanden
- Offene **Abstellmöglichkeiten für Fahrräder** an relevanten Punkten (Parkplätzen, Bahnhof, Busbahnhof, Rathaus, Neuer Markt) und gestalterisch individuell an die Umgebungsstruktur angepasst



© Fotos: BTE

35

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Ankunftssituation

negatives

- Keine touristische **Empfangssituation** mit Begrüßungsschildern, Bereitstellung wichtiger touristischer Informationen und Haltebuchten/Verweilmöglichkeiten
- Hohe Anzahl an **Werbetafeln** an einigen Stadteingängen beeinträchtigt die Ankunftssituation und somit den ersten Eindruck minimal
- Keine **Sanitäranlagen** nahe des Bahnhofs sowie nicht überall öffentliche Toiletten in Nähe zu großen Parkplätzen vorhanden
- Individuell gestaltete **Verweise** in Richtung Innenstadt
- Keine Lademöglichkeit für **E-Bikes/ Pedelecs** ersichtlich
- Keine abschließbaren Abstellmöglichkeiten für **Radtouristen mit Gepäck** ersichtlich

© Foto: BTE

36

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Orientierung und Information

positives

- Gutes **Parkleitsystem** vorhanden, inkl. Kennzeichnung von kostenfreien und zu bezahlenden Parkplätzen
- Gut sichtbares touristisches **Fußgängerleitsystem** in Form von einheitlichen Stelen an wichtigen POIs, Ankunftsorten (Parkplätze, Bahnhöfe) und teilweise Wegekrenzungen vorhanden
- Fußgängerleitsystem grundsätzlich mit Hinweis auf Parkplätze, öffentliche Einrichtungen, Sehenswürdigkeiten und ausgewählte Sport- und Aktivangebote, teilweise mit Hinweis auf die TI sowie ausgewählte Hotels/Pensionen
- Fußgängerleitsystem mit attraktiver Wegführung und Vermeidung von zu viel Mischverkehr
- **Touristische Übersichtskarten** teilweise auf dem Stelen-System für Fußgänger, zentral gelegen und gut positioniert
- An wenigen ausgewählten Orten separaten **Schautafeln** mit „rotem I“ (bspw. Rathaus, Parkplatz Zentrum Süd, Busbahnhof)
- Infotafel zur **Backsteingotik** am Rathaus
- Ausführliche **wasserbezogene Informationen** mit Übersichtskarte am Wasserwanderrastplatz



37

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Orientierung und Information

negatives

© Bilder: BTE

- Touristisches **PKW-Leitsystem** (braune Beschilderung) nur punktuell vorhanden
- Kein **Hotelleitsystem** (allein zwei Hotels im Innenstadtbereich auf grünen Hinweisschildern ersichtlich)
- **Stelen-System für Fußgänger** mit unterschiedlicher Gestaltung: teilweise mit Übersichtskarte (inkl. Legende) und Leitsystem, teilweise nur Leitsystem (dann ohne Legende zur Farbgebung)
- Stelen-System für Fußgänger mit unterschiedlicher Informationstiefe: teilweise Wegleitung zur Tourist-Information und Gastronomie, teilweise nicht (Auswahl der ausgeschilderten POIs im Beschilderungssystem wirkt wahllos)
- Zustand der Stelen optimierbar, teilweise beklebt und stark verschmutzt



- Ausführliche **touristische Information** zu Parchim oder einzelnen POIs (Infotafeln mit Informationen) nicht ersichtlich, Ausnahme Chronik der Stadt gegenüber dem Rathaus
- Kein flächendeckendes **touristisches Radfahrerleitsystem**, allein kurze Wegweisung mittels Piktogramme der Radwege außerhalb der Kernzone an ausgewählten Kreuzungen wie Moltkeplatz und nahe Wockersee, kein Radfahrerleitsystem direkt an den Ausgängen des Bahnhofs
- Sichtbarkeit und Platzierung der Rad-Wegweisung eher mäßig

38

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Infrastruktur

positives

- **Attraktives Stadtbild:** aufgeräumt, sauber, bepflanzt, liebevoll gestaltet
- **Fußgängerbereich** in der Kernstadt
- Guter Zustand der **öffentlichen Wege** und Straßen (keine Schlaglöcher im Boden)
- Attraktive Backstein- und Fachwerkhäuser schaffen ein schönes **Stadtensemble**, interessanter und abwechslungsreicher Misch an alten und neuen Bauten
- Instandgehaltene und sehr gepflegte **Fassaden** der Bauten; viele Glasfronten im Innenstadtbereich bei den Einkaufsläden und Außengestaltung, liebevoll gestaltete Fassaden
- Abgestimmte und regionale **Bauweisen** und Materialien (Kopfsteinpflaster im Kernbereich, regionale Bauweise etc.)
- Sehr gepflegte **Denkmäler, Brunnen, Kunstwerke**
- Gepflegte, saubere, begrünte **zentrale Plätze** mit öffentlicher Möblierung (Mülleimer, Bänke)
- Viele **Grünflächen und Parkbereiche** im Stadtgebiet (freigelegte Wasserbereiche, Wallanlagen, Alter Friedhof etc.), charmante und sehr gepflegte grüne Inseln im Stadtgebiet schaffen ein attraktives Gesamtbild und kleine Ruhezone
- Attraktive Gestaltung und Freilegung von **Wasseradern** durch die Stadt
- Attraktive öffentliche Gestaltung und **gepflegte Möblierung** im Innenstadtbereich, am Wasserwanderrastplatz etc. (Ruhebänke, Mülleimer, Beleuchtung etc.)
- Saubere öffentliche **Toiletten** (Stadtinfo, Rathaus, Wasserwanderrastplatz/ Parkplatz Zentrum Süd)
- Funktionsfähige saubere **Spielplätze** im Außenbereich
- Verschiedene **Cafés und Restaurant** im Innenstadtbereich mit Außengastronomie
- Personell besetzte **Tourist-Information** im Stadthaus
- Attraktive **Mischung** aus kulturellen POI, Gastronomie, Shopping und Wohnraum
- Kaum **Leerstand** im zentralen Innenstadtbereich
- Anreise mit Auto und ÖPNV **barrierefrei** möglich (Parkplätze, Rampen an den Bahnhöfen); Informationstafeln, Karten etc. barrierefrei zugänglich; Barrierefreie öffentliche Toiletten

39

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Infrastruktur

negatives

- **Wallanlagen** aktuell nicht begehbar aufgrund denkmalgerechter Sanierung (April bis Dezember 2018)
- Keine einheitliche **Möblierung** im Stadtbereich, aber dafür an der jeweiligen Umgebung optisch angepasst
- Möblierung teilweise (noch) nicht nutzbar (Sitzflächen der Bänke fehlen)
- Aufenthaltsqualität der **Spielplätze** mäßig (nichts Besonderes)
- **Außenbestuhlung** der Cafés blockiert teilweise den barrierefreien Bodenbelag im Kernbereich
- Keine separaten **barrierefreien Informationen** (Tastensysteme etc.)



© Fotos: BTE



40

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Qualität



- Ansprechender Bahnhof
- Gesamteindruck: attraktives Stadtbild, aufgeräumt, sauber, bepflanzt, gepflegt
- Infostelen mit POI an zentralen Stellen zur Orientierung
- Gute Anzahl Fahrradständer
- Ansprechende grüne Inseln mit Sitzgelegenheiten
- Kostenlose Parkplätze
- Ausgewiesene Fußgängerzone



- Kaum Zertifizierungen und Klassifizierungen
- Barrierefreie Angebote sind ausbaufähig
- Ortseingänge wenig touristisch gestaltet
- Kein erkennbares Radfahrersystem im Stadtbereich
- Stelen-System für Fußgänger mit unterschiedlicher Gestaltung und Informationstiefe (Leit- und Infosystem)
- Keine separaten barrierefreien Informationen

© Foto: BTE

41

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

- Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit
- Angebot, Qualität und Infrastruktur
- Touristische Nachfrage**
- Strategie, Kommunikation und Vertrieb
- Organisation und Kooperation
- Benchmark-Vergleich
- Innensicht

© Foto: BTE

42

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nachfrage

Ankünfte

2012-2017: +27,6%

2017 (absolut): 13.726

Übernachtungen

2012-2017: +/- 0%

2017 (absolut): 27.780

Aufenthaltsdauer

2012-2017: -0,6 Tage

2017 (absolut): 2 Tage

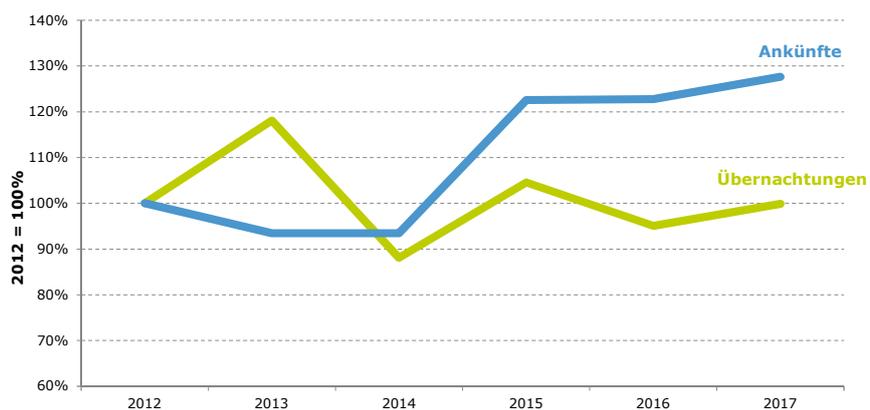
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018, Nur Betriebe mit 10 oder mehr Betten

43

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Beherbergungsnachfrage

Relative Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen (2012-2017)



2017 (absolut):

13.200
Ankünfte

26.438
Übernachtungen

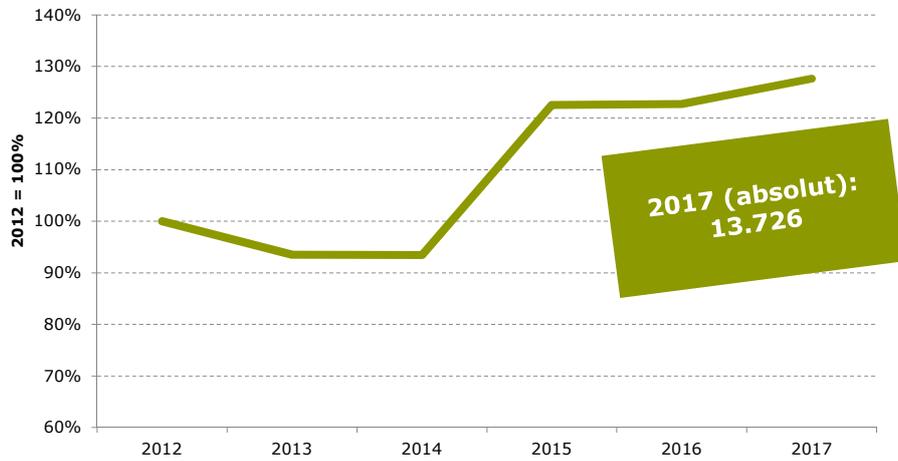
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018, Nur Betriebe mit 10 oder mehr Betten

44

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nachfrage

Relative Entwicklung der Ankünfte (2012-2017)



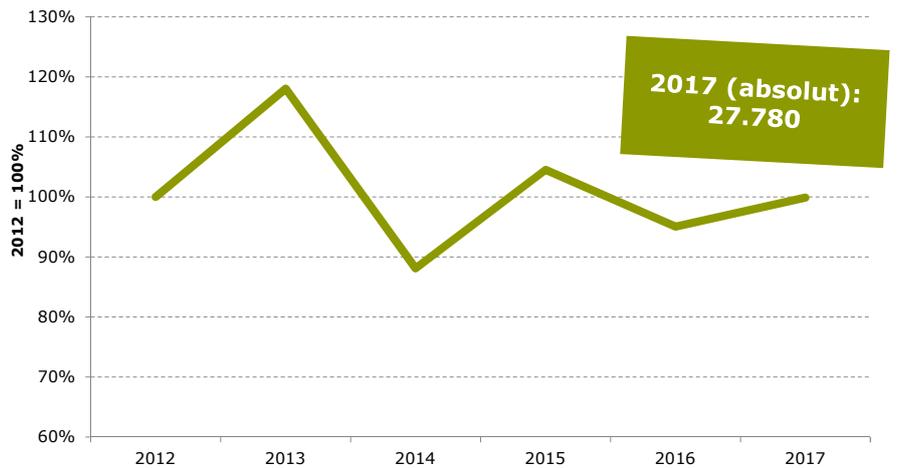
© BTE 2018; Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2018

45

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nachfrage

Relative Entwicklung der Übernachtungen (2012-2017)



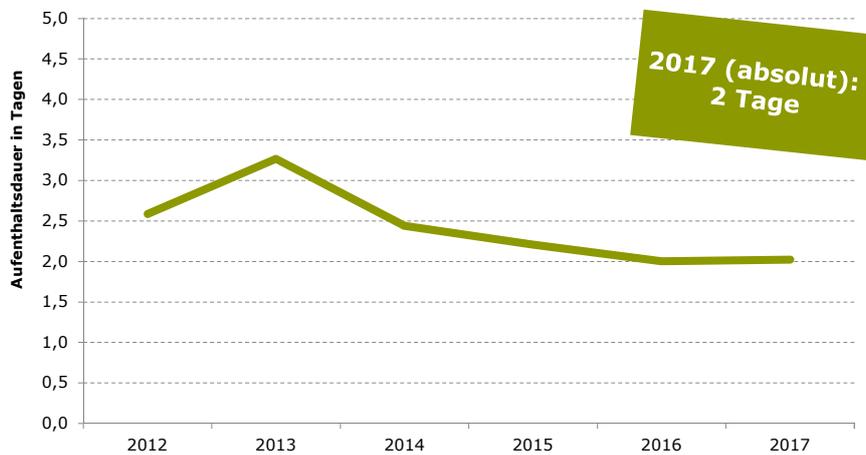
© BTE 2018; Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2018

46

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nachfrage

Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (2012-2017)



© BTE 2018; Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2018

47

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschungsergebnisse



**Kenntnisse zum Gast in
Mecklenburg-Vorpommern
liegen vor**

**Kenntnisse zum Gast in
Westmecklenburg
liegen vor**

**Keine Kenntnisse zum Gast
in Parchim**

© Foto: BTE

48

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Durchschnittlicher M-V Gast

- kommt aus NRW (15%), Sachsen (12%) oder Niedersachsen (11%).
- ist durchschnittlich 52,8 Jahre alt.
- hat einen Realschulabschluss bzw. mittlere Reife (34%) und arbeitet als Angestellte/-r (43%).
- hat ein Haushaltsnettoeinkommen von 1.200 € bis 3.000 € (41%) oder 3.000 € bis 5.000 € (40%).
- ist Stammgast und kommt mindestens einmal im Jahr nach MV (42%).
- reist am liebsten mit dem Partner nach MV (50%) oder in Begleitung von Kindern unter 14 Jahren (19%).
- informiert sich im Internet über seinen Urlaub in MV (68%).
- bucht dann direkt bei der Unterkunft (62%) und das bevorzugt per Telefon (38%) oder Online (37%), zumeist zwei Monate oder länger im Voraus (57%).
- bleibt durchschnittlich 8,7 Nächte im Land, 45% bleiben vier bis sieben Nächte.
- reist mit dem Pkw an (73%).
- bezeichnet den Hauptanlass seiner Urlaubsreise vorrangig als Erholungsurlaub (40%).
- nutzt den Urlaub für Spaziergänge (61%), zum Nichts tun/ausspannen und/oder Besuch von Sehenswürdigkeiten (je 55%).
- übernachtet in einem Hotel (36%) oder Ferienwohnung/Appartement/Privatquartier (34%).
- ist mit seinem Urlaub insgesamt sehr zufrieden: 92% bewerten ihren Urlaub in MV mit „äußerst begeistert“ oder „begeistert“.
- empfiehlt M-V als Urlaubsdestination sehr gern weiter (91%)
- hat durchschnittliche Reiseausgaben von 62,00€ pro Person und Tag vor Ort.



© pixabay - OpenClipart-Vectors

Quelle: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2015/16

Zielgruppenprofile M-V

Übernahme ausgewählter Profile für Parchim möglich

Familien



- Alter 25-45 (Eltern)
- Kinder im Vordergrund
- Preisbewusst

- Sommer, Strand und Baden
- Generationsübergreifende Freizeitaktivitäten
- Erlebnisse mit Lerneffekt

Aktive / Sportive



- Alter 40-50 Jahre
- Paare, Gruppen, Singles
- Gesundheitsbewusst

- Bewegung, Freiluftaktivitäten, Wohlbefinden
- Sport- & Fitnessbezogene Angebote, Services
- Offen für neue, abwechslungsreiche Angebote

Genießer



- Alter 35-65
- Paare, Gruppen und Singles
- kaufkräftig

- Erholung, Genuss und Ästhetik
- Events, Galerien und Wellness
- Gehobene Unterkunft

Vitale



- Best Ager und Senioren
- Paare und Singles
- Hoher Qualitätsanspruch

- Well-Being und Gesundheit
- Kultur, Kulinarik, Unterhaltung

Erlebnisorientierte



- Alter 16-29 Jahre
- Freunde, Cliquen und Paare
- Individualreisende

- Strand, Wassersport, Events
- Spaß und Action
- Erlebnisse mit Lerneffekt

Quelle: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, 2018.
© Fotos: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Marktforschungsergebnisse

Zusammenfassung der Ergebnisse der Gästebefragung in Westmecklenburg 2015/2016 (Mai bis Juli), Stichprobe n=610

- Die größten innerdeutschen Quellmärkte sind Niedersachsen und NRW.
- Der größte Anteil der Gäste ist zwischen 30-39 Jahre alt. Insgesamt 11% sind unter 30 Jahren.
- Das Bildungsniveau der Urlauber ist insgesamt sehr hoch.
- Die meisten Urlauber sind in einem Angestelltenverhältnis beschäftigt und verdienen zwischen 1.200€-3.000€ netto.
- Die meisten Gäste informieren sich online, 60% besuchen dazu die Internetseite der Tourismusorganisation.
- Die meisten Gäste entschieden sich aufgrund der reizvollen Landschaft und Natur für einen Urlaub in Westmecklenburg. Ruhe spielt für etwa die Hälfte der Gäste eine Rolle.
- Die meisten Urlauber machen eine Individualreise.
- Zwei Drittel der Gäste bucht direkt bei der Unterkunft. 15% haben im Vorfeld nichts gebucht.
- Der Großteil der Gäste reist mit dem eigenen oder gemieteten PKW an.
- Die Ø Tagesausgaben eines Individualreisenden betragen 62,24€.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

51

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

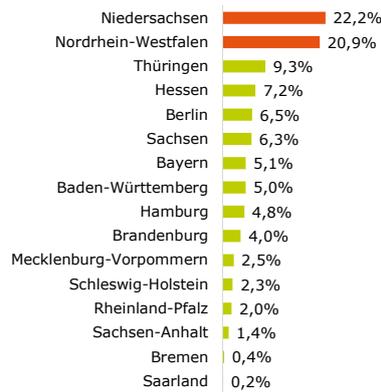
Marktforschungsergebnisse

Herkunftsländer



Der Großteil der Gäste kommt aus Deutschland

Herkunft Bundesländer



Die größten innerdeutschen Quellmärkte sind Niedersachsen und NRW

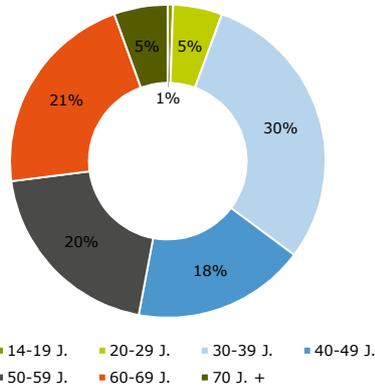
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

52

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

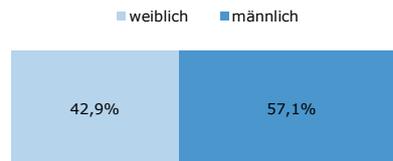
Altersstruktur



Der größte Anteil der Gäste ist zwischen 30-39 Jahre alt. Insgesamt 11% sind unter 30 Jahren.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Geschlecht



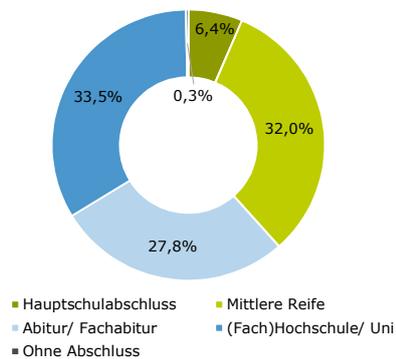
Der Anteil männlicher Urlauber in Westmecklenburg überwiegt.

53

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

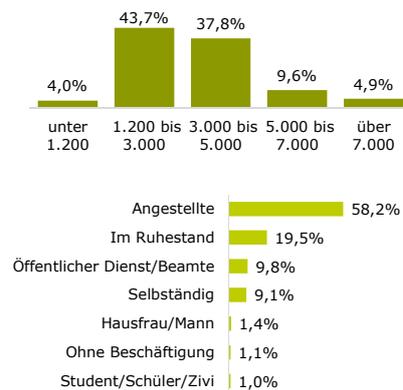
Höchster Bildungsstand



Das Bildungsniveau der Urlauber ist insgesamt sehr hoch.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Beruf und monatliches Nettoeinkommen



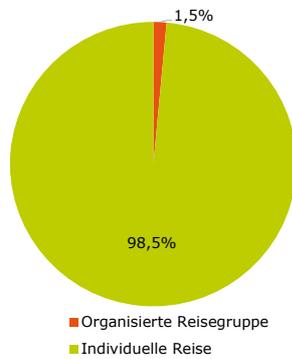
Die meisten Urlauber sind in einem Angestelltenverhältnis beschäftigt und verdienen zwischen 1.200€-3.000€ netto.

54

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

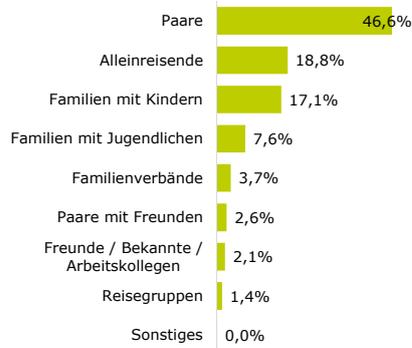
Marktforschung

Reiseform



Die meisten Urlauber machen eine Individualreise nach Westmecklenburg.

Reisebegleitung



Ein Großteil der Gäste verbringt den Urlaub in Westmecklenburg alleine mit seinem/ihrer Partner/in

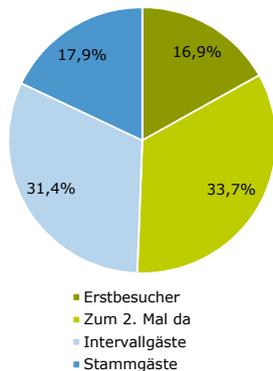
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

55

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

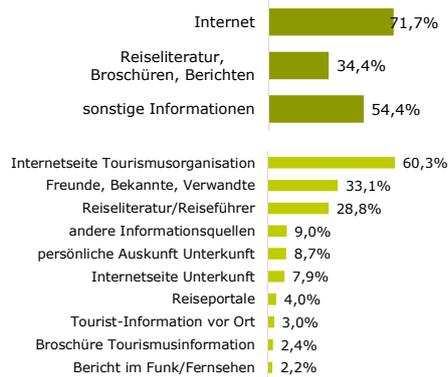
Marktforschung

Besuchserfahrung



Der Stammgastanteil in Westmecklenburg beträgt 18%

Informationsquellen



Die meisten Gäste informieren sich online, 60% besuchen dazu die Internetseite der Tourismusorganisation

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

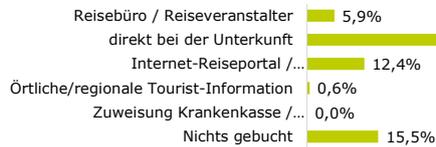
*Basis: nur diejenigen, die sich informiert haben (n=318)

56

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

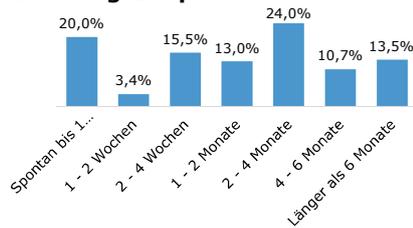
Marktforschung

Buchungsstelle



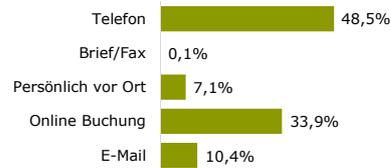
Zwei Drittel der Gäste bucht direkt bei der Unterkunft. 15% haben im Vorfeld nichts gebucht.

Buchungszeitpunkt



Fast 50 % der Gäste bucht ihren Urlaub 2 und mehr Monate im Voraus. 20% entscheiden sich spontan für eine Reise.

Buchungsweg



Beinahe die Hälfte der Gäste buchte den Urlaub über das Telefon. Ein Drittel nutzte den Online-Buchungsweg

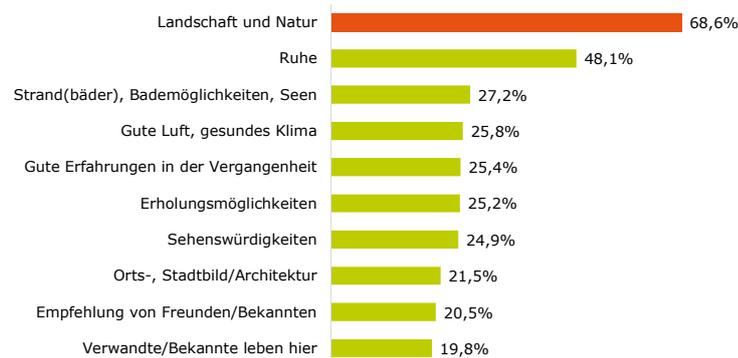
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

57

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

TOP-10-Gründe für die Destinationsentscheidung Westmecklenburg



Die meisten Gäste entschieden sich aufgrund der reizvollen Landschaft und Natur für einen Urlaub in Westmecklenburg. Ruhe spielt für etwa die Hälfte der Gäste eine Rolle.

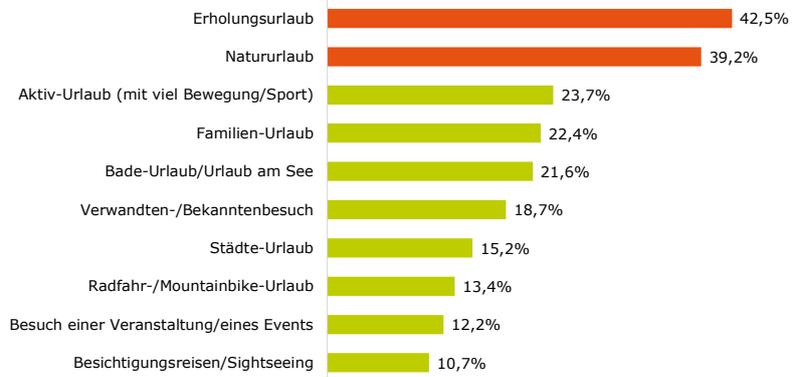
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

58

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Urlaubsart



Erholungs- und Natururlaub sind die Hauptbesuchsmotive der Gäste

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

59

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Art der Anreise

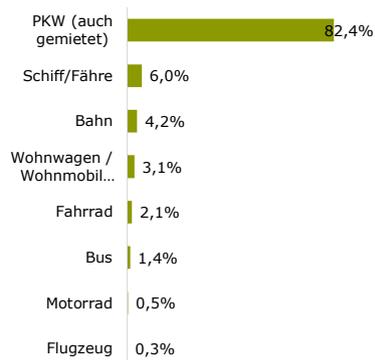


Foto: Rainer Sturm - pixelio



© Foto: A. Reinkober - pixelio

Der Großteil der Gäste reist mit dem eigenen oder einem gemieteten PKW an.

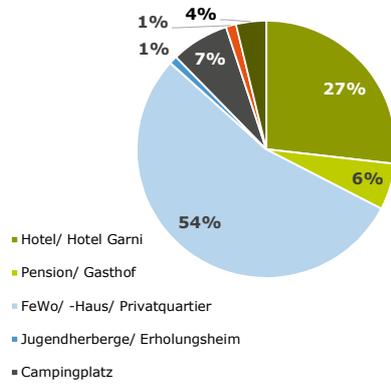
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

60

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

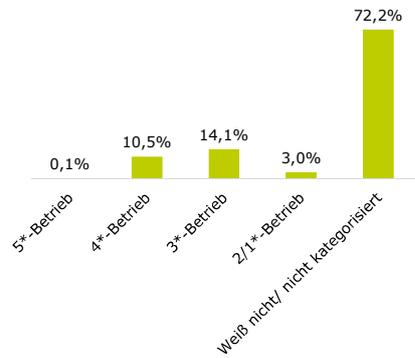
Gebuchte Unterkunftsarten



Die Hälfte der Gäste verbringt ihren Urlaub in Ferienwohnungen o.ä., ein Viertel übernachtet im Hotel.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Unterkunftskategorien



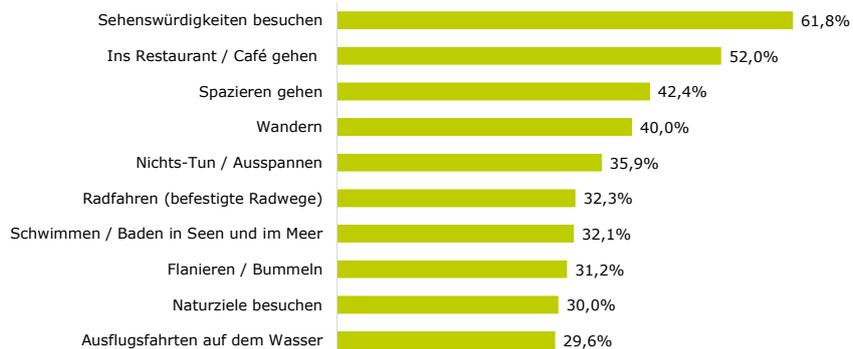
72% verbringen den Urlaub in nicht kategorisierten Unterkünften oder wissen darüber nicht Bescheid.

61

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Urlaubsaktivitäten



62% der Gäste besuchen im Urlaub Sehenswürdigkeiten.

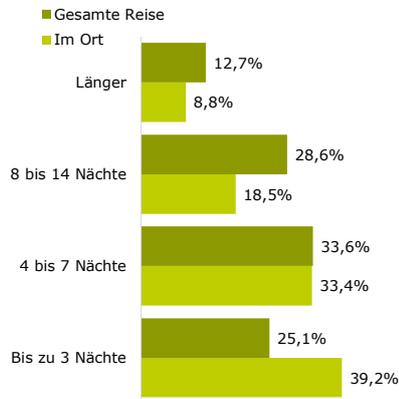
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

62

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

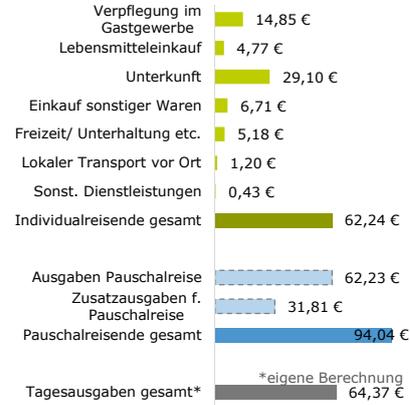
Aufenthaltsdauer



Ein Viertel der Gäste verbringt bis zu 3 Nächte am selben Ort. Die gesamte Reise beträgt für ein Drittel 4-7 Nächte.

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Ø Tagesausgaben



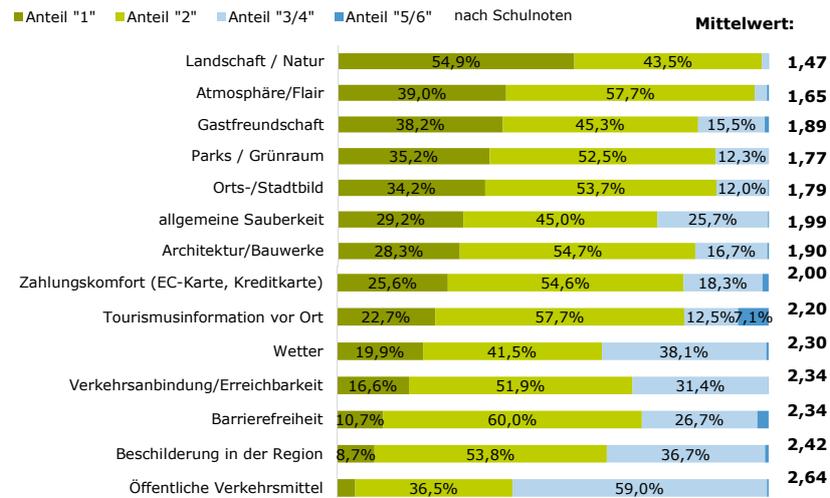
Die durchschnittlichen Tagesausgaben eines Individualreisenden betragen 62,24€

63

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Zufriedenheit mit der Destination



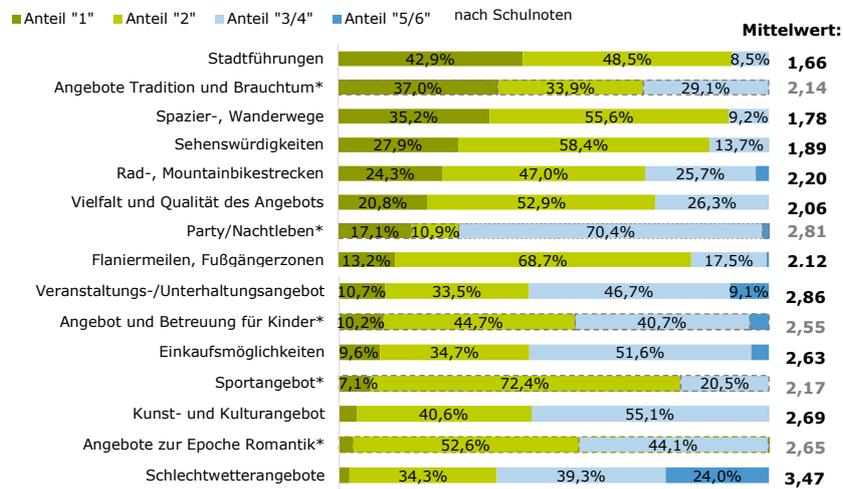
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

64

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Zufriedenheit mit den Angeboten



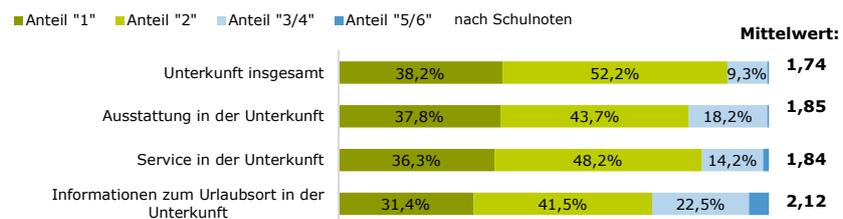
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus *Fallzahl unter 100 = nur Tendenzaussage

65

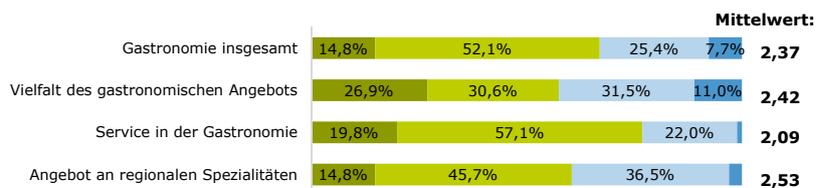
BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Zufriedenheit mit der Unterkunft



Zufriedenheit mit der Gastronomie



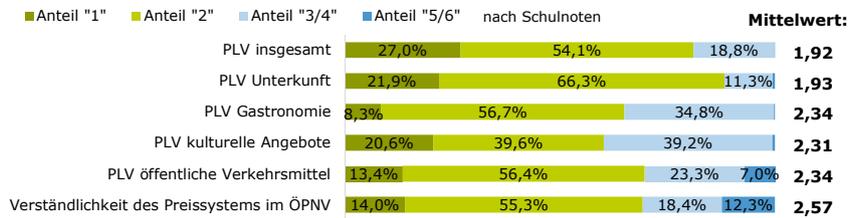
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

66

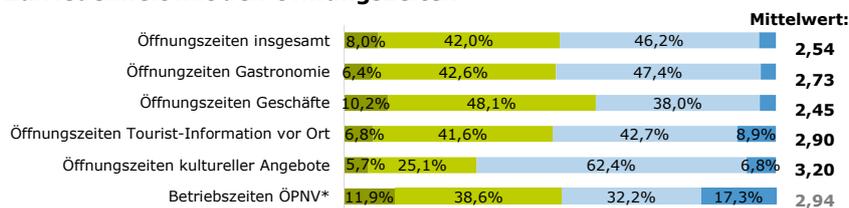
BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

Zufriedenheit mit dem PreisLeistungsverhältnis



Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten



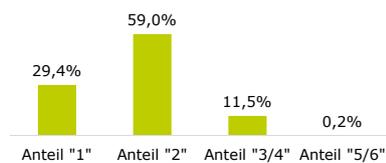
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus *Fallzahl unter 100 = nur Tendenzaussage

67

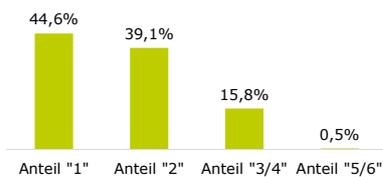
BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marktforschung

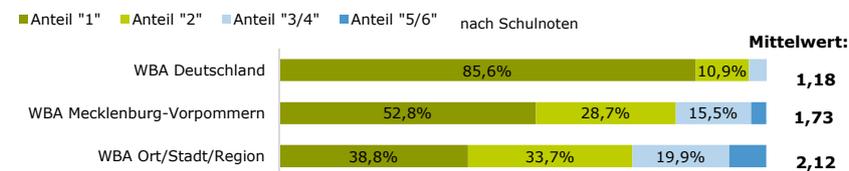
Gesamtzufriedenheit



Weiterempfehlungsabsicht



Wiederbesuchsabsicht



**Insgesamt wird der Aufenthalt von 60% der Gäste mit „2“ bewertet.
39% würden ihren Urlaubsort noch einmal besuchen.
45% werden ihr Urlaubsziel weiterempfehlen.**

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

68

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nachfrage



- **Steigende Anzahl an Ankünften**
- **Wachsende Beliebtheit bei Touristen**
- **Kenntnisse zum Gast in Westmecklenburg**



- **Schwankende Anzahl an Übernachtungen**
- **Sinkende Aufenthaltsdauer**
- **Auslastung deutlich unterhalb der wirtschaftlichen Tragfähigkeit**
- **Kaum Zielgruppenbezug**

© BTE

69

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Angebot, Qualität und Infrastruktur

Touristische Nachfrage

Strategie, Kommunikation und Vertrieb

Organisation und Kooperation

Benchmark-Vergleich

Innensicht

© Foto: BTE

70

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Strategische Grundlagen

Entwurf Landestourismuskonzept M-V (2018)
Marken- und Kommunikationskonzept M-V (o.J.)

Strategieplan Wirtschaftsförderung (2017)

Integriertes Stadtentwicklungskonzept (2015)

Marketing- und Strategiehandbuch Parchim (2005)

© Foto: Thomas Nestke (pixelio)

71

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristinformationen



© Foto: BTE



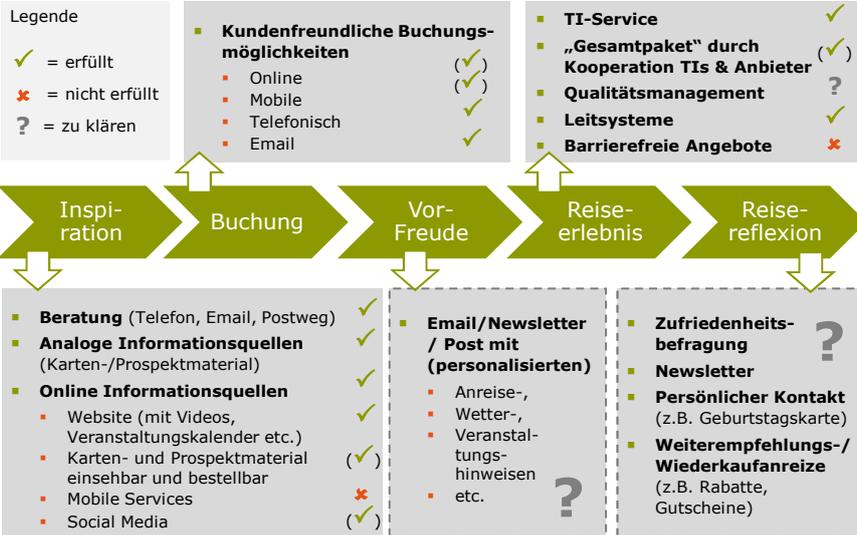
© Foto: BTE

- Touristinformation im Stadthaus
- Ausgezeichnet mit der i-Marke des DTV
- Leistungen
 - Bürgerinformation
 - Publikationen
 - Tagesprogramme, Pauschalangebote
 - Organisation von Stadtführungen
 - Zimmervermittlung
 - Verkauf Postkarten, Literatur, Souvenirs
 - Kartenvorverkauf zu ausgewählten Veranstaltungen

72

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gästeservice orientiert an der Customer Journey



© BTE 2018 nach Rothlauf (2010): Total Quality Management in Theorie und Praxis; Hinterhuber (2004): Kundenmanagement als Erfolgsfaktor

Kommunikation: Print



Kein einheitliches Corporate Design

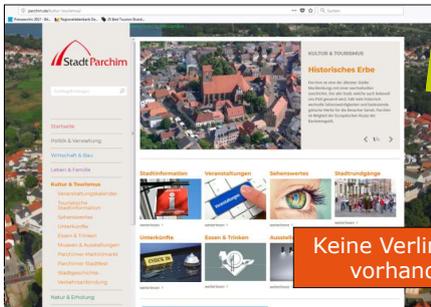
Mehrsprachigkeit eingeschränkt

Online-Verfügbarkeit ausbaufähig

© Foto: BTE

Kommunikation: Online

www.parchim.de/kultur-tourismus



Keine Verlinkung
vorhanden

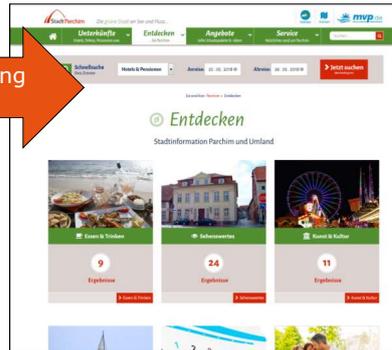
- **Aufgeräumt** und übersichtlich aber „steril“
- Weckt keine Begehrlichkeit bzw. Urlaubsfreude
- Keine klare **Zielgruppenansprache**
- Keine klare **Abgrenzung** zwischen den eigenen und den Inhalten von Nachbarorten
- Keine einheitliche **Bildsprache**
- ...

© Screenshots: parchim.de/kultur-tourismus; parchim.m-vp.de/entdecken

Auszug aus dem TMV-Markenhandbuch:
Was der Online-Auftritt leisten muss:

- Die Internetseite muss **Menschen begeistern**.
- Diese Begeisterung muss auf **Themen, Angebote und Specials** übertragen werden.
- Dadurch können **Urlauber neu gewonnen** und wiedergewonnen werden.

www.parchim.m-vp.de/entdecken



75

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Mobile Optimierung der Webseite

Ergebnis der FUR Reiseanalyse 2016:

Ca. 1/3 der Gäste informieren sich während der Reise über das **mobile Internet**, vor der Reise sind es annähernd die Hälfte.



© Foto: BTE

- **Webseite in responsivem Design**
- **aber: teilweise Einschränkungen bei der Nutzerfreundlichkeit der Bedienung**

76

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Touristische Nutzung sozialer Medien



© hocus-pocus - iStock

- Die offizielle Facebookseite der Stadt bedient neben touristischen auch wirtschaftliche und politische Themen
- Regelmäßiger Content-Upload



Chance der sozialen Medien noch nicht voll ausgeschöpft

© Screenshot

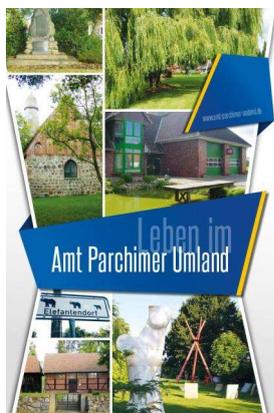
77

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Angebot von Apps (iOS und Android)

Anwendungen in App-Stores erhältlich:

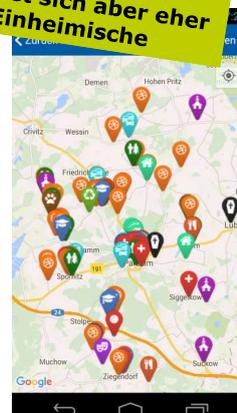
„Leben im Amt Parchimer Umland“



© Google PlayStore, Screenshots



Tagesgeschehen, Nachrichten und POIs App richtet sich aber eher an Einheimische



78

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Strategie, Kommunikation, Vertrieb



- Internetauftritt ist sehr informativ
- Regelmäßige Facebook Uploads



- Bisher keine strategischen Grundlagen für Tourismusmarketing
- Keine identifizierten Schwerpunkte
- Geringe Präsenz im Landesmarketing
- Internetauftritt wenig zielgruppengerecht
- Social Media ausbaufähig
- Corporate Design im Printbereich nicht stringend angewendet
- Wenig überregionale Bekanntheit (Innensicht)

© Foto: Olivier Le Moal – istockphoto

79

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

- Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit
- Angebot, Qualität und Infrastruktur
- Touristische Nachfrage
- Strategie, Kommunikation und Vertrieb
- Organisation und Kooperation
- Benchmark-Vergleich
- Innensicht

© Foto: BTE

80

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Aufgabenfelder lokaler Tourismusorganisationen

Kernaufgabe Tourismusmanagement

Leitung, Führung und Administration

Leitung, interne Organisation, Finanz- und Rechnungswesen, Planungsgrundlagen, Controlling und Monitoring, Entwicklung und Steuerung im lokalen Zuständigkeitsbereich, Qualifizierung und Fortbildung, Einbindung in regionale und landesweite Entwicklungsprozesse u.v.m.

	Angebotsentwicklung	Außenmarketing	Innenmarketing	Gästepersonalinformation	
Bedarf Backoffice mind. 1,5 VZÄ					Bedarf Frontoffice mind. 1,5 VZÄ
IST Backoffice mind. 0,5 VZÄ	<ul style="list-style-type: none"> Koordination des Veranstaltungsprogramms Mitwirkung an Produktentwicklung bei lokalen und regionalen Schwerpunktthemen Qualitätssicherung der Angebote Mitwirkung bei Infrastrukturentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> Internet-Auftritt Pflege des TKN Content-Management Online-Marketing Erstellung/Mitwirkung an Printergebnissen Eigene oder kooperat. Marketingmaßnahmen Marketing-/Media-Planung → Kooperation DMO 	<ul style="list-style-type: none"> Interne Kommunikation Einbindung von Leistungsträgern Beratung, Impulsgebung und Qualifizierung von Leistungsträgern Mitwirkung an politischen Gremien 	<ul style="list-style-type: none"> Vor dem Besuch: Grundlegende Info, Beeinflussung Reiseentscheidung, Reiseplanung, Anreise Während des Aufenthaltes: Info zu allen Möglichkeiten der Urlaubsgestaltung Nach dem Aufenthalt: Entgegennahme von Beschwerden, Pflege Kundenbeziehung 	IST Frontoffice mind. 1,5 VZÄ

© BTE 2015, TO = Tourismusorganisation

81

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Tourismusorganisation

Akteure mit Tourismusaufgaben auf lokaler Ebene in der Stadt

- Wirtschaftsförderung der Stadt Parchim (Tourismusentwicklung)
- Stadt- und Touristinformation Stadt Parchim (Gästeservice)
- Heimatbund Parchim e.V. (Stadtführungen)
- Touristische und weitere Leistungsträger (WWR, Museen, Händler)

Tourismus besitzt eine untergeordnete Rolle

Allein können mit begrenzten personellen Ressourcen nicht alle lokalen touristischen Aufgaben erfüllt werden

Kein regelmäßiger Austausch touristischer Akteure, keine etablierte Struktur die sich um Vernetzung kümmert

Umsetzungsteams des Stadtmarketings Parchims aus dem Jahr 2005 bestehen nicht mehr

Zusammenarbeit dem Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin

Standort-Vermarktung, Kommunikation & Information

- Stadtgestaltung & Stadt- und Verkehrsplanung
- Wirtschaft, Landwirtschaft & Kooperation
- Tourismus & Gastronomie**
- Veranstaltungen, Kultur, Märkte & Aktivitäten
- Soziales, Ökologie & Bildung

82

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Organisation



- **Touristische Aufgabenteilung und Zusammenarbeit entsprechend Dreiebenen-Modell:** lokal (Stadt), regional (TV MS) und Land (LTV MV)
- **Aktive Vereine übernehmen touristische Aufgaben** (bspw. Heimatbund, Altstadtändlerverein etc.)



- **Personalkapazitäten zur Erfüllung der lokalen touristischen Aufgaben kaum ausreichend**
- **Bisher kein regelmäßiger Tourismusstammtisch, bzw. Struktur, die sich um Vernetzung kümmert**

© Foto: Royalti-Free/Corbis

83

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Tourismusrelevante Kooperationen

▪ Mitgliedschaften

- Europäische Route der Backsteingotik
- Sagen- und Märchenstraße
- Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e.V.
- Lewitz e.V. zur Förderung, Vernetzung, Vermarktung der Region Lewitz
- Kreis- und Landesverband des Städte- und Gemeindetages MV
- Regionaler Planungsverband Westmecklenburg

▪ Netzwerke

▪ Partnerschaften

- Städtepartnerschaften: Neumünster, Peer (Belgien), St. Dizier (Frankreich), Rubene (Lettland)
- Zusammenarbeit Stadt und Landkreis als Träger des Mecklenburgischen Landestheaters Parchim in einem Zweckverband
- Beherbergungs-, Gastronomie- und Kulturbetriebe, Einzelhandel

→ **Kooperation im Rahmen von Netzwerken zur Entwicklung und Vermarktung Parchims mit viel Potential**

Erste Sammlung

84

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Räumliche Vernetzung

Metropolregion Hamburg



**Gemeinsame Leitprojekte
in den Bereichen Wirtschaft,
Verkehr, Tourismus,
Wohnen, Kultur und Natur**

**Förderfonds der
Metropolregion Hamburg**

**Gemeinsame Aktivitäten,
Kommunikation touristischer
POIs für Ausflügler**



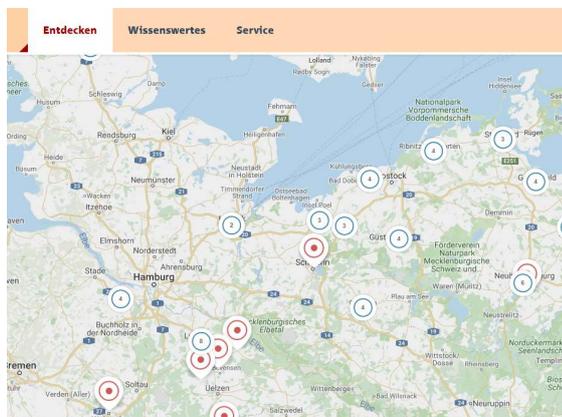
© Karte: Metropolregion Hamburg

85

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Thematische Vernetzung

„EuRoB-Stadt“: Teil der Europäischen Route der Backsteingotik



© Foto: BTE



© Foto: BTE

86

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Thematische Vernetzung

Sagen- & Märchenstraße Mecklenburg-Vorpommern

Münzland
Schlagze Straße 13, 18196 Goldenitz
Tel. 03828/ 8 26 90
munk.knoor@munzland-on.de

Rosarium Lütow
Rosowener Straße 2, 18299 Lütow
Tel. 03874 / 2 20 76
Dornroschen



© Sagen- und Märchenstraße Mecklenburg-Vorpommern e.V.

87

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

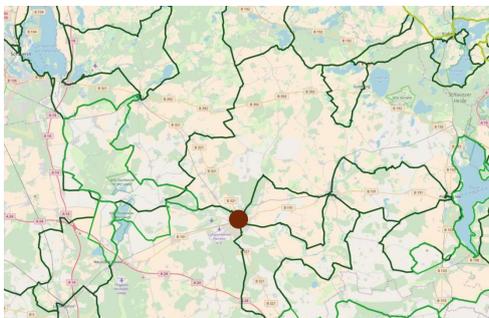
Vernetzung im Radwegenetz

Radfernwege

- Mecklenburgischer Seenradweg
- Elbe-Müritz-Radweg
- (Elbe-Ostsee-Radweg)

Radrundwege

- Residenzstädte Rundweg
- Eldetal-Rundweg
- (Warnowtal Rundweg)
- (Mecklenburgischer Seenrundweg)



© BTE 2018, Kartengrundlage: openstreetmap

Regionale und lokale Touren

- Regionaler Radwanderweg Nr.22 „Parchim - Ruhner Berge“
- Tour 24: „Rund um Parchim auf den Spuren von Räuber Vieting“
- Tour 25: „Parchim – Lübz, zwischen Seen-Radweg und Müritz-Elde-Wasserstraße“
- Radtour ins Wockertal
- Radtour ins Buchholz
- Radtour in die Sonnenberge

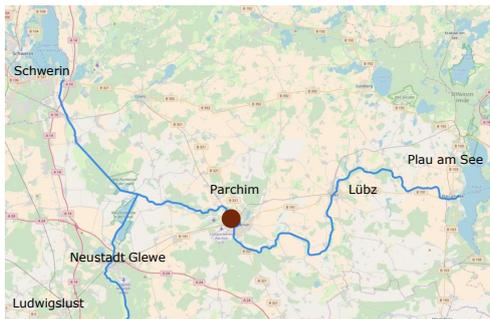
88

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Vernetzung im Wasserstraßennetz

Müritz-Elde-Wasserstraße (MEW)

- Bundeswasserstraße, Klasse 1, WSA Lauenburg
- Dömitz bis Plau am See, 120km, 17 Schleusen
- Bootstypen: Fahrgastschiffe, Motorboote, Ruderboote, Kanus



© BTE 2018, Kartengrundlage: openstreetmap, Quelle: Landeswassertourismuskonzept Seen- und Flusslandschaft Mecklenburg-Vorpommern

Gästenachfrage an der Müritz-Elde-Wasserstraße

- Durchschnittsalter 55 Jahre
- 22% Miet-/Charteranteil
- Viele Familien: Baden, Landgänge
- Dauer 1-2 Wochen
- Übernachtung vorwiegend auf dem Boot (aber: Potential für feste Unterkünfte an Land aufgrund Alter und Komfortanspruches der Zielgruppe)
- Ø Tagesausgaben 35€ (12€ Unterkunft)
- (67%) spontane Entscheidungen für touristische Angebote
- während der Reise – mobile Informationsmedien, Informationen vor Ort

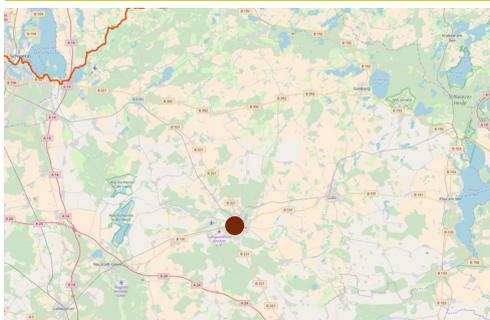
89

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Vernetzung im Wanderwegenetz

Fernwanderweg

- „Pilgerweg der Heiligen Birgitta“
 - Länge der Tour: 310 km
 - Etappen für ca. 14 Tage
 - Markierung: weißes Birgittkreuz auf der Jakobsmuschel bzw. gelber Pfeil



© BTE 2018, Kartengrundlage: openstreetmap

Lokale Touren

- Walderlebnispfad Friedrichsmoor - Sagenhafte Lewitz
- ...



© Syda Productions - fotolia

90

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Kooperation



- Erste Thematische Vernetzungen sind vorhanden
- Anbindung an das Radfernwegenetz
- Anbindung an das Wasserstraßennetz
- Sehr günstige Lage für Ausflüge in die Region
- Engagiertes Vereinsnetzwerk in Parchim und Bemühungen einzelner Anbieter um Vernetzung



- Bisher wenig regionale Zusammenarbeit, d.h. Vernetzung zwischen Stadt-Region ausbaubar
- Die Kommunikation des USP „Lage“ ist noch ausbaufähig
- Wenig Bekanntheit bestehender Angebote
- Wenig gegenseitige Kenntnis touristischer Anbieter

© Stephanie Hofschlaeger -pixelio

91

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

- Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit
- Angebot, Qualität und Infrastruktur
- Touristische Nachfrage
- Strategie, Kommunikation und Vertrieb
- Organisation und Kooperation
- Benchmark-Vergleich**
- Innensicht

© Foto: BTE

92

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Ausgewählte Wettbewerber



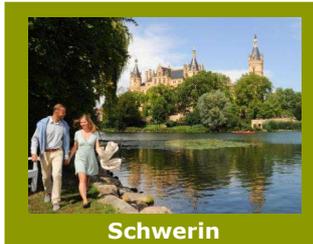
Plau am See



Ludwigslust



Neustadt-Glewe



Schwerin

Bildquellen: Schwerin: Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH (Foto: A.Duerst, STUDIO 301) / Stadt Neustadt-Glewe; Neustadt-Glewe: Pension Oetzel (Jörg Hausig); Plau am See: Tourist Info Plau am See GmbH; Ludwigslust: Staatliche Schlösser, Gärten und Kunstsammlungen M-V

Wettbewerbs-Analyse

Vergleich verschiedener Orte im Umkreis

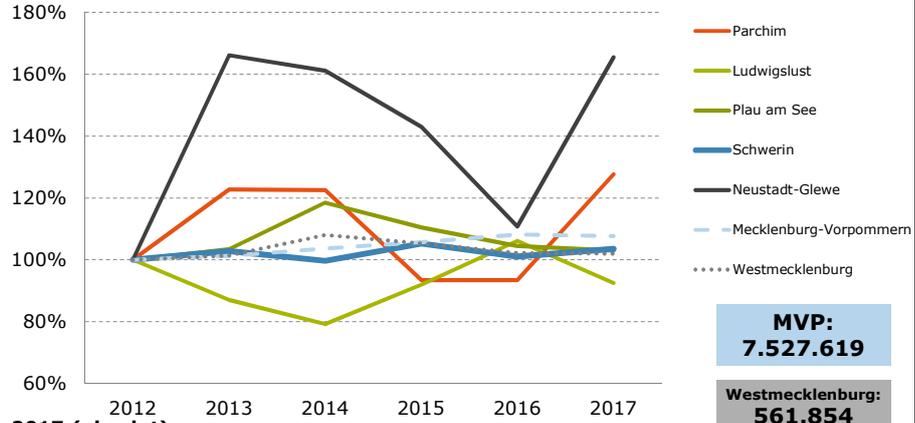
Ort	Über- nachtungen	Ankünfte	Ø Aufenthalts- dauer	Betriebe*	Betten	Betten- auslastung	Anzahl TI	i-Marke
Parchim	27.780	13.726	2,0 Tage	9	264	28,8%	1	✓
Neustadt- Glewe	28.782	13.743	2,1 Tage	6	651	12,1%	1	✗
Ludwigslust	26.427	15.748	1,7 Tage	5	246	29,2%	1	✗
Plau am See	374.732	76.607	4,9 Tage	25	2.628	39,1%	1	✗
Schwerin	353.198	201.963	1,7 Tage	49	2.738	35,3%	1	✓
Landkreis Ludwigslust -Parchim	1.084.255	359.891	3,0 Tage	185	14.273	20,8%		

*Nur Betriebe mit 10 oder mehr Betten

© BTE 2018; Statistisches Ämter des Bundes und der Länder 2017

Wettbewerbsanalyse

Entwicklung der Ankunftsanzahlen



2017 (absolut):

Neustadt-Glewe: 13.743	Parchim: 13.726	Schwerin: 201.963	Plau am See: 76.607	Ludwigslust: 15.748
----------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------

MVP:
7.527.619

Westmecklenburg:
561.854

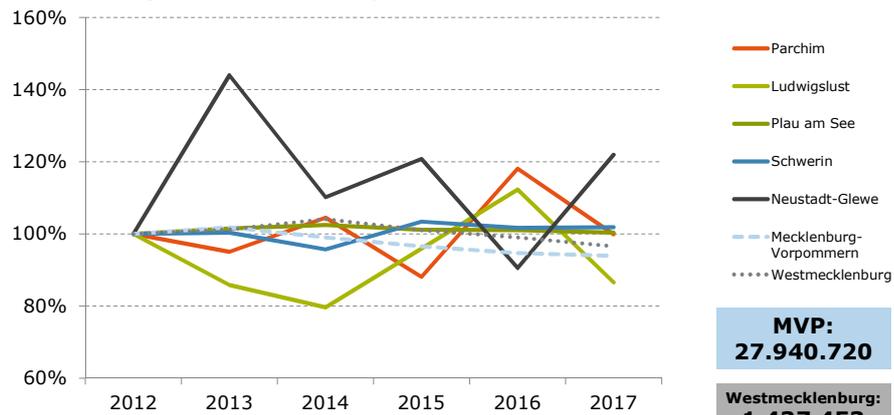
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018

95

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbsanalyse

Entwicklung der Übernachtungszahlen



2017 (absolut):

Neustadt-Glewe: 28.782	Parchim: 27.780	Schwerin: 353.198	Plau am See: 374.732	Ludwigslust: 26.427
----------------------------------	---------------------------	-----------------------------	--------------------------------	-------------------------------

MVP:
27.940.720

Westmecklenburg:
1.437.453

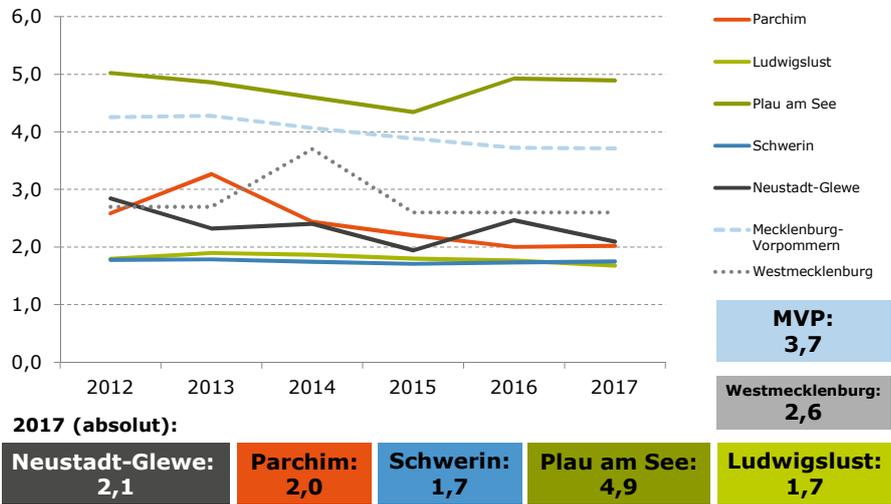
© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018

96

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbsanalyse

Entwicklung der Aufenthaltsdauer



© BTE 2018; Datenquelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Deutschland, 2018

97

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Marketingthemen

	Kultur	Natur	Radfahren	Wandern	Wasser	Kunst	Kulinarik	MICE	Veranstaltungen	Shopping	Architektur	Familie	Gesundheit	Wellness	Persönlichkeiten	Geschichte
Parchim	✓	✓	✓	◆	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✓	◆	✗	✗	✓	✓
Neustadt-Glewe	✓	✓	✓	◆	✓	✗	◆	◆	✓	✗	✓	◆	✗	✗	✗	✓
Ludwigs-lust	✓	✓	✓	◆	✗	✓	✗	◆	✓	✗	✓	✗	✗	✗	◆	✓
Plau am See	✓	✓	✓	◆	✓	✓	✓	✓	✓	◆	✓	✓	◆	◆	✗	✗
Schwerin	✓	✓	✓	◆	✓	◆	✗	✓	✓	✓	✓	◆	✗	✗	✗	✓

*nur Stadtgebiet

✓ = Hauptthema ◆ = Ergänzendes Thema ✗ = Kein Thema

© BTE 2018

98

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbs-Analyse

Parchim

Häufiger Claim: „Die grüne Stadt an See und Fluss“

Thematische Schwerpunkte:

- Backsteingotik
- Wasser(-wandern)
- Historisches Erbe
- Kultur und Veranstaltungen



Wesentliche Besuchermagneten:

1. Backsteingotik
2. Erhaltener historischer Stadtkern
3. Martinimarkt + Stadtkirchen
4. Kulturveranstaltungen

Bildquelle: Stadt Parchim

99

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbs-Analyse

Plau am See

Häufige Bezeichnung:
„Tor zur Müritz und Mecklenburgischen Seenplatte“

Thematische Schwerpunkte:

- Kulinarik
- Wasser
- Baukultur



Wesentliche Besuchermagneten:

1. Altstadt
2. Maritime Bauwerke
3. Burgturm mit Museum
4. Kulinarische Großveranstaltungen

Luftkurort

Bildquelle: Tourist Info Plau am See GmbH

100

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbs-Analyse

Neustadt-Glewe

Offizieller Claim: „Tor zur Lewitz“

Thematische Schwerpunkte:

- Naturerlebnisse
- Mittelalter/Ritter
- Wasser/Baden



Wesentliche Besuchermagneten:

1. Burg Neustadt-Glewe
2. Strandbad am Neustädter See
3. Burgfeste und -märkte
4. Landschaftsschutzgebiet Lewitz

Bildquelle: Pension Oetzel (Jörg Hausig)

101

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbs-Analyse

Ludwigslust

Offizieller Claim: „Lust auf Leben“

Thematische Schwerpunkte:

- Barock und Klassik
- Kunst und Kultur
- Handwerk



Wesentliche Besuchermagneten:

1. Schloss Ludwigslust mit Museum
2. Kaskaden und Schlosspark
3. Stadtkirche
4. Schlossstraße

**Unterkünfte:
gehobene Qualität**

Bildquelle: Staatliche Schlösser, Gärten und Kunstsammlungen M-V

102

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Wettbewerbs-Analyse

Schwerin

Häufige Bezeichnung: „Die kleine Schöne“

Thematische Schwerpunkte:

- Märchenschlossromantik
- Kultur
- Stadt am Wasser
- Gärten und Parks



Wesentliche Besuchermagneten:

1. Schloss Schwerin
2. Schlossfestspiele
3. Schweriner Dom
4. Staatliches Museum Schwerin

Bildquelle: Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH (Foto: A.Duerst, STUDIO 301)

103

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Zielgruppenvergleich

	Parchim	Neustadt-Glewe	Ludwigslust	Plau am See	Schwerin
Familien 	✗	✓	✗	✓	✓
Aktive / Sportive 	✓	✓	✓	✗	✗
Genießer 	✓	✗	✓	✗	✓
Vitale 	✗	✗	✗	✓	✗

Qualitätsmonitor 2015/16:

- 24% der Gäste in Westmecklenburg wollen Aktiv sein
- 43% der Gäste in Westmecklenburg wollen Ruhe

Bildquellen: links/senkrechte Reihe: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.; Oben links: Stadt Parchim; Oben Mitte/Links: Pension Oetzel (Jörg Hausig); Oben Mitte: Staatliche Schlösser, Gärten und Kunstsammlungen M-V; Oben Mitte/Rechts: Tourist Info Plau am See GmbH; Oben/Rechts: Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH (Foto: A.Duerst, STUDIO 301)

Die „Erlebnisorientierten“ zählen in keinem der verglichenen Orte zu den primären Zielgruppen

104

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Analyse Nachbarstädte / Wettbewerber

Wesentliche Unterschiede und Gemeinsamkeiten

Gemeinsamkeiten

- Gemeinsame Themen: **Natur, Kultur, Veranstaltungen, Architektur und Wasser**
- Anteil **privater Betriebe** überwiegt
- Verbunden durch den **Mecklenburgischer Seen-Radweg** Lüneburg-Usedom (außer Schwerin) und das **Wasserstraßennetz**
- **TI überall vorhanden**
- Zielgruppen: **Aktive/Sportive, Familien, Genießer**

- Zertifizierung **i-Marke**: Nur Parchim und Schwerin
- **Rechtsform GmbH**: Nur Plau am See und Schwerin
- **Ø Aufenthaltsdauer** zwischen 1,7 und 4,9 Tagen
- Unterschiedliche **Schwerpunkte** zum Thema **Architektur**

Unterschiede

© Foto: Thomas Nestke - pixelio

105

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Gliederung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Angebot, Qualität und Infrastruktur

Touristische Nachfrage

Strategie, Kommunikation und Vertrieb

Organisation und Kooperation

Benchmark-Vergleich

Innensicht

© Foto: BTE

106

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Innensicht

Was sagen ausgewählte Experten? (Expertengespräche 2018)

Besonderheiten (Stärken) von Stadt und Region



- Vielfältiges touristisches Angebot in der Stadt und im Umfeld (landschaftlich, kulturell, architektonisch und historisch)
- Geostrategische Lage für Tagestouren an Ostsee, Schwerin, Berlin, Seenplatte
- Lage am Wasserstraßen und (Fern-)Radwegenetz
- Engagierte Vereine und Ehrenämter

Verbesserungspotentiale (Schwächen)

- Kirchturmdenken unter den Gastronomen und Hotelliers
- Fehlende Bahnanbindung zur Seenplatte
- Mangelnde Wahrnehmung von Außen aufgrund von unzureichender Kommunikation
- Negative Eigenwahrnehmung der Einwohner



ACHTUNG: Ausgewählte Innensicht auf ausgewählte Aspekte ohne Anspruch auf Vollständigkeit; Einzelmeinungen.

Innensicht

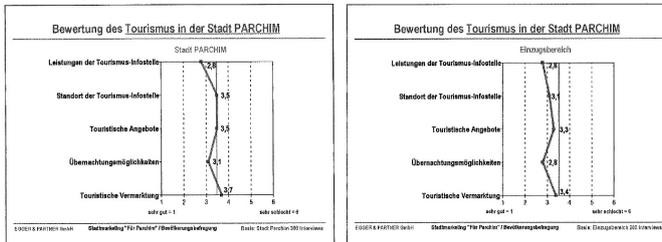
Befragung der Parchimer Bevölkerung aus dem Jahr 2014

Ausgewählte Ergebnisse mit Tourismusbezug (vgl. ISEK 2015)

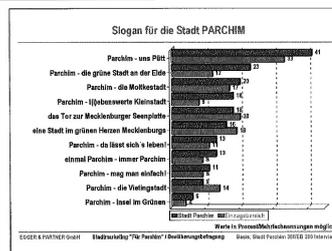
- **Bewertung von Lebensbedingungen:** Zumeist positiv bewertet wurden Merkmale wie eine gute Erreichbarkeit, Gepflegtheit, Gemütlichkeit, Schönheit und Preiswertigkeit. Als negative Merkmale prägten sich vor allem Eintönigkeit, Rückständigkeit, Inflexibilität, Provinzialität und Verschlafenheit heraus.
- **Stärken und Schwächen Parchims:** Als Stärken werden derzeit die Landschaft („grüne Stadt“), das kulturelle und sportliche Angebot, sowie die Familienfreundlichkeit (Wohnstadt) erkannt. Schwächen beziehen sich auf die Innenstadtbelebung und Flair, fehlende Wirtschaft und Arbeitsplätze sowie ein Bedeutungs
- **Handlungsbedarfe in der Stadt:** Mit 185 Nennungen wird vor allem hinsichtlich einer Belebung der Innenstadt ein Handlungsbedarf gesehen, gefolgt von einem Infrastrukturausbau (Radwege / Straßen) sowie einer Wirtschaftsförderung.

Innensicht

Schriftliche Bevölkerungsumfrage aus dem Jahr 2005 im Rahmen der Gestaltung des Stadtmarketings



- Weitere Informationen aus der Innensicht zu Stärken und Schwächen, Perspektiven sowie Handlungsansätze allgemein und für spezielle Zielgruppen für die Stadtentwicklung (Stand 2005) liegen vor
- Ergebnisse werden bedarfsgerecht in der Ableitung der Strategie berücksichtigt



109

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Innensicht

- Kreisstadt und Mittelzentrum
- Tourismus besitzt Akzeptanz bei den Einheimischen
- ...

- Fehlende Kenntnis und fehlendes Selbstbewusstsein zu touristisch interessanten Besonderheiten
- Eigenwahrnehmung „es passiert nichts“
- ...

110

BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG

Vielen Dank!