



# JAHRES-ARBEITSBERICHT 2018 DES TOURISMUSVEREINS NATURPARK BARNIM E. V.

Erstellungsdatum: 21.11.2018

**Anschrift:**

Tourismusverein Naturpark Barnim e. V.  
Bahnhofsplatz 2  
16348 Wandlitz

Telefon: 033397 / 67277

Telefax: 033397 / 67279

E-Mail: [info@barnim-tourismus.de](mailto:info@barnim-tourismus.de)



## GLIEDERUNG

TEIL 1: BERICHTERSTATTUNG ZUM OPERATIVEN GESCHÄFTSBETRIEB (OHNE BETRIEB DER TIS).....	4
1. Qualitätssicherung und Professionalisierung.....	4
a) Vorbereitung der Rezertifizierung (Rotes „i“) und Prüfung.....	4
b) Durchführung von Schulungen .....	4
c) Etablierung von Teamsitzungen .....	5
d) Verbesserung der IT-Infrastruktur .....	5
2. Marketing und Kommunikation.....	5
a) Logoentwicklung .....	6
a) Neugestaltung der Website(s) und Redaktion .....	6
b) Planung und Durchführung von Fototouren .....	7
c) Social-Media-Aktivitäten (Aktivitäten in sozialen Netzwerken) .....	7
d) Imagetrailer .....	7
e) Presseaktivitäten.....	7
f) Repräsentative Tätigkeiten .....	8
3. Kooperation und Vernetzung.....	8
a) Kontakte zur Tourismus- und Wirtschaftsförderung .....	8
b) Kontakte mit Medien .....	9
4. Mitgliedererhalt und Mitgliedergewinnung.....	9
a) Initiierung des Mitgliederstammtisches .....	9
b) Ansprache von potentiellen Neumitgliedern .....	9
5. Touristische Angebots-, Produkt- und Projektentwicklung.....	10
a) Koordination der Herstellung und Verkauf /Vertrieb von Souvenirs .....	10
b) abgestimmter Angebots-, Produkt- und Projektplan 2019 .....	10
TEIL 2: BERICHTERSTATTUNG ZUM BETRIEB DER TOURIST-INFORMATIONEN WANDLITZ UND BIESENTHAL .....	11
1. Gästestatistik Wandlitz.....	11
2. Gästestatistik Biesenthal .....	13
3. Öffnungszeiten.....	14



4. Aufgabenspektrum .....	15
Anlagen: .....	17
1. Screenshots/ImpressionenTrailer .....	17
2. Screenshot Startseite der Website .....	18
3. Screenshot Beitrag Seeschloss.....	19
4. Screenshot machmalgruen.de bei Facebook .....	20
5. Screenshot machmalgruen.de bei Instagram .....	21
6. Screenshot machmalgruen.de bei Twitter .....	22



## TEIL 1: BERICHTERSTATTUNG ZUM OPERATIVEN GESCHÄFTSBETRIEB (OHNE BETRIEB DER TIS)

BERICHTSZEITRAUM: 15.03.2018 – 21.11.2018

Hinweis: Die folgend beschriebenen und im Berichtszeitraum realisierten Maßnahmen basieren auf einen im Vorstand beschlossenen Entwicklungsplan, der für das laufende Jahr 2018 als Arbeitsgrundlage dient.

Nicht enthalten sind Ausführungen zu den administrativen und verwaltungsrelevanten Arbeiten (u. a. Beantragung und Verwaltung von Fördermitteln, Buchhaltung, Berichterstattung, etc.), die zwar einen nicht unerheblichen Arbeitsaufwand erfordern, aber hier implizit verstanden werden.

### 1. Qualitätssicherung und Professionalisierung

Ziel aller Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Professionalisierung ist es, die Zukunftsfähigkeit des Tourismusvereins und seiner Tourist-Information bei Beibehaltung der Qualität aller Dienstleistungen zu sichern. Im Berichtszeitraum wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

#### **a) Vorbereitung der Rezertifizierung (Rotes „i“) und Prüfung**

Vor Ablauf des Gültigkeitszeitraumes im Mai 2018 wurde die erneute Rezertifizierung für das rote „i“ für die Tourist-Informationen in Wandlitz und Biesenthal beim Deutschen Tourismusverband (DTV) beantragt. Im Hinblick auf die Prüfung wurden Arbeitsabläufe und Räumlichkeiten entsprechend der zu erfüllenden Kriterien des DTV geprüft und ggf. optimiert. Im Zuge dessen wurden kurzfristig machbare Maßnahmen zur Verbesserung der Erscheinungsbilder beider Tourist-Informationen vorgenommen. So wurden der Beratungsraum in der TI Wandlitz mit einem, von einem Kunstmaler erarbeiteten, großflächigen Wandbild verschönert, die Dekoration in beiden TIs erneuert, die Kategorisierungen/Beschilderungen der Informationsmaterialien aktualisiert und die Kundenstopper ausgetauscht. Die erfolgreich bestanden Prüfungen beider Tourist-Informationen fanden am 21.08.2018 statt. Die Wertungen für beide TIs haben die Ergebnisse aus den Jahren 2011 und 2015 deutlich übertroffen. Biesenthal hat 80 % der möglichen Punktzahl erreicht und liegt mit diesem Ergebnis im Landesdurchschnitt. Wandlitz liegt mit erreichten 85 % sogar 5 % über diesen.

#### **b) Durchführung von Schulungen**

Die Tourismuslandschaft ist zunehmend geprägt von digitalen Innovationen sowohl in der Angebotsentwicklung als auch in der Kommunikation und Vermarktung der touristischen Angebote. Gleichzeitig steigen mit der Digitalisierung auch die Erwartungen der Reisenden an Information und Beratung durch stationäre Tourist-Informationen. Es gilt für diese ein Serviceerlebnis mit Mehrwert in Abgrenzung zu den Onlineangeboten anzubieten. Mit diesen Entwicklungen nehmen auch die



Anforderungen an die Mitarbeiterinnen der Tourist-Information stetig zu. Gefordert werden sowohl Wissen über den gezielten Einsatz der Neuen Medien und Kompetenzen im sicheren Umgang mit diesen als auch Qualifikationen, die einen modernen kunden- und ergebnisorientierten Service ermöglichen. Um diesen Anforderungen Rechnung zu tragen wurden durch die Mitarbeiterinnen im Berichtszeitraum folgende Schulungen wahrgenommen:

- Inhouse-Schulung mit dem Tourismusberater Peter Becker zum Thema „kreative Produkt- und Angebotsgestaltung“;
- Inhouse-Schulung zum Umgang mit dem Redaktions-System der neuen Website;
- Inhouse-Schulung zur Einführung in die Bildbearbeitung mit Photoshop;
- DSFT-Seminar mit dem Titel „Clever Texten fürs Web“.

### **c) Etablierung von Teamsitzungen**

Um im kontinuierlichen Dialog zwischen den Mitarbeiterinnen des Tourismusvereins neue Ideen zur Umsetzung der Arbeit zu erörtern, gemeinsame Ziele zu definieren sowie sich über Neuerungen und aktuelle Entwicklungen in der Tourismuslandschaft zu informieren, wurden regelmäßig stattfindende Teamsitzungen etabliert.

### **d) Verbesserung der IT-Infrastruktur**

Als wichtigen Beitrag zur Professionalisierung wurde die IT-Infrastruktur verbessert. Im Zuge dessen wurde die ortsübergreifende Vernetzung der Computer (zwischen Biesenthal und Wandlitz) ermöglicht und die PC-Ausstattung, um für die Aufgabenerfüllung des Vereins notwendige Programme, erweitert.

## **2. Marketing und Kommunikation**

Marketing findet mehr als je zuvor online statt. Für die Verbreitung und Bekanntmachung der touristischen Angebote in der Region ist der Einsatz von Online-Marketingstrategien daher unerlässlich. Mit dem Ziel „der Region mehr Gesicht zu verleihen“ wurde unter Einbeziehung der Vereinsmitglieder eine neue zeitgemäße Kommunikationsstrategie erarbeitet. Im Sinne dieser wird der Verein künftig verschiedene Anspracheformen und Kommunikationskanäle einsetzen, um die zielgruppengerechte Ansprache der verschiedenen Nutzer- und Akteurskreise des Vereins zu ermöglichen. So werden Informationen und relevante Hinweise die Vereinsmitglieder, touristischen Akteure und Leistungsträger betreffend künftig auf einer eigenen Vereinswebsite präsentiert werden. Diese wird ab 01. Februar 2019 unter der bekannten URL [www.barnim-tourismus.de](http://www.barnim-tourismus.de) freigeschaltet. Die an den Interessenslagen und Bedarfen der (potentiellen) Touristen und Ausflügler angepassten Informationen werden über die neue URL [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) zur Verfügung gestellt. Für die Bekanntmachung und Bewerbung dieser Website, werden die Möglichkeiten des World Wide Web mit



seinen verschiedenen populären Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter stärker als bisher zum Einsatz kommen.

Entsprechend dieser Kommunikationsstrategie wurden im Berichtszeitraum konkret folgende Arbeitspakete umgesetzt:

#### **a) Logoentwicklung**

Auftrag eines jeden Logos ist es funktional und repräsentativ zu sein. Ein funktionierendes Logo sollte das Produkt (hier: die Naturparkregion) und den Zweck (hier: positives Image schaffen und zum Besuch/Aufenthalt anregen) repräsentieren. Auch sollte es auf das bevorzugte Medium (hier: Web) abgestimmt und für die Betrachtenden einfach begreifbar sein. Aufbauend auf dieser Grundlage wurden in enger Abstimmung mit dem Vereinsvorstand verschiedenste Wort-Bild-Marken erarbeitet und intensiv diskutiert. Die Wort-Bild-Marke „Eisvogel / Claim: Mach mal grün. Naturpark Barnim“ erfuhr dabei den größten Konsens.

#### **a) Neugestaltung der Website(s) und Redaktion**

##### **Mach mal grün. Naturpark Barnim**

Die Reiseregion Barnimer Land ist geprägt von einer Vielzahl an Organisationen und Institutionen, welche mit ihrem je spezifischen Know-how die touristische Entwicklung und Vermarktung unterstützen. Um Synergien zwischen den Angeboten zur Bewerbung des Tourismus im Barnimer Land auszuschöpfen und um Doppelstrukturen in der Außenkommunikation zu vermeiden galt es ein positiv ergänzendes Web-Angebot zu den bestehenden Portalen, z .B. der Website [www.barnimerland.de](http://www.barnimerland.de), zu schaffen. Unter der Internet-Adresse [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) präsentiert sich nun eine grundlegend neue und von den bestehenden Angeboten abgrenzende Website, die für mobile Endgeräte optimiert ist und über zeitgemäße Funktionen, wie u. a. Kartenfunktionen (Google-Maps) zur visuellen Abbildung von (Wander-/Radfahr-)Touren oder Funktionen zum einfachen Teilen der Inhalte in den sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram, Twitter), verfügt. Aufbau und Struktur der Seite orientieren sich dabei an das vorherrschende Nutzerverhalten der Websitebesucher/innen und das Design ist an das aktuelle ästhetische Empfinden angepasst. Inspirierende Inhalte, ein gutes Verhältnis zwischen Bild und Text und ein durchdachtes Design sollen die Leserschaft begeistern und zum Nachverfolgen der Websitebeiträge einladen. Die Präsentation der jeweiligen Leistungsträger und ihrer Angebote auf der Seite ist in enger Abstimmung mit diesen erarbeitet.

##### **Vereinswebsite – Tourismusverein Naturpark Barnim e. V.**

Mit dem Ziel dem Verein selbst eine Visitenkarte im Netz zu geben, über welche seine Angebote, Leistungen und Arbeiten abgebildet werden können, wurde eine neue Website konzipiert, die noch bis Ende des Jahres mit Inhalten befüllt wird. Am 01. Februar 2019 wird diese dann unter der bekannten URL [www.barnim-tourismus.de](http://www.barnim-tourismus.de) freigeschalten.



## **b) Planung und Durchführung von Fototouren**

Getreu dem Gedanken „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.“ werden alle Beiträge unter [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) mit großzügig aufgemachten Fotostrecken visuell angereichert. Hierzu wurden im Berichtszeitraum insgesamt 40 Fotoshootings bei Leistungsträgern in der Naturparkregion geplant und durchgeführt. 17 dieser Shootings fanden bei Leistungsträgern der Gemeinde Wandlitz, 20 bei Leistungsträgern des Amtes Biesenthal-Barnim und jeweils ein Fotoshooting in den Gemeinden Marienwerder, Mühlenbecker Land und Panketal statt. Im Nachgang der Shootings wurden die relevantesten und schönsten Fotos in Abstimmung mit den jeweiligen Anbietern ausgewählt und ggf. nachbearbeitet. Die rechtliche Grundlage zur Verwendung der Fotos wurde durch eine Einverständnis- und Datenschutzerklärung geregelt, die jedem Kontakt zur Unterschrift vorgelegt wurde.

Im Rahmen der durchgeführten Fototouren wurden zudem zahlreiche Landschafts- und Ortsaufnahmen gemacht, die ebenfalls für die Website, aber auch für andere Medien (z. B. Postkarten) genutzt werden können.

## **c) Social-Media-Aktivitäten (Aktivitäten in sozialen Netzwerken)**

Die Bewerbung der Website [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) und die Verbreitung der Inhalte erfolgt über verschiedene Kommunikationskanäle des World Wide Web. Es gilt der Anspruch, die Seite auch einer reaktiven Nachfrageseite zugänglich zu machen. Erfolgsbedingung hierfür ist, dass diese auch gefunden wird, bzw. potentielle Zielgruppen aktiv auf die Website aufmerksam gemacht werden. Daher wird insbesondere die „Mundpropaganda“ in sozialen Netzwerken mit ihren exponentiellen Effekten für die Bekanntmachung genutzt. Zu diesem Zwecke wurden auf den Plattformen Facebook, Twitter und Instagram Profile und Seiten eingerichtet, welche aktiv bearbeitet bzw. redaktionell betreut werden.

## **d) Imagetrailer**

Studien belegen, dass Bewegtbild zu einer der relevantesten Formen für die Ansprache verschiedenster Zielgruppen, ganz speziell für die Gruppe der Millennials (zwischen 1980 und 2000 geboren), geworden ist und sich keine andere Art von Inhalten derzeit größerer Beliebtheit erfreut. Um dieses Potenzial für die Vermarktung der Naturparkregion zu nutzen, wurde der Wandlitzer Filmhochschulabsolvent Oliver Rotter mit der Erstellung eines Kurzvideos, bzw. Imagetrailers, zur medialen Anreicherung der Website und der Social-Media-Kanäle beauftragt. Für das Video wurden verschiedene Anlaufstellen in der Gemeinde Wandlitz (z. B. Barnim Panorama) und dem Amt Biesenthal Barnim (z. B. Altes Fachwerkrathaus) besucht und gefilmt. Ziel war es dabei konkret, auf die Attraktivität der Region auch in der Nebensaison Herbst und auf die vielseitigen Angebote und Möglichkeiten (Sport, Kultur, Kulinarik) aufmerksam zu machen.

## **e) Presseaktivitäten**

Die regelmäßige Berichterstattung in der örtlichen Presse wird gewährleistet. Hierfür wurden Interview-Termine mit der MOZ und dem regionalen Magazin „Wandlitz kompakt“ wahrgenommen, die jeweils über den Geschäftsführerwechsel berichteten. Für die Amtsblätter des Amtes Biesenthal-



Barnim und der Gemeinde Wandlitz wurden drei kurze Pressemitteilungen zum jeweiligen Stand der Aktivitäten im Verein geschrieben. Überdies wurden für das Amtsblatt der Gemeinde Wandlitz monatlich die wichtigsten touristischen Termine zusammengestellt.

#### **f) Repräsentative Tätigkeiten**

Ergänzend zu den Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen in Web und Print, bewarb der Tourismusverein die Naturparkregion und/oder seine eigenen Leistungen aktiv im Rahmen folgender Veranstaltungen:

- Reisemarkt im Berliner Ostbahnhof (**Infostand**)
- Wukenseefest (**Infostand**)
- Schloßpark Trampe / „Grüne Wochenende im Barnim“ (**Infostand**)
- Deutsch-Polnisches Unternehmerforum (organisiert vom Service- und Beratungszentrum der Euroregion POMERANIA für Barnim und Uckermark) zum Thema „Social Media und digitale Technologien in der Tourismusbranche“ (**Vortrag zur Website [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) und zum Einsatz von sozialen Medien in der Tourismusregion Naturpark Barnim**)

Zudem wurden verschiedene Veranstaltungen der Wito und der TMB besucht:

- Barnim-Info-Tour der Wito
- Tourismus-Saison-Ausklang der Wito
- Fachveranstaltung für die Tourismusbranche des Landes Brandenburg „Brandenburgischer Tourismustag 2018“ der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

### **3. Kooperation und Vernetzung**

Im Berichtszeitraum wurden der Austausch und die Kooperation mit folgenden Akteurskreisen vertieft:

#### **a) Kontakte zur Tourismus- und Wirtschaftsförderung**

Die Reiseregion Barnimer Land ist geprägt von einer Vielzahl an Organisationen und Institutionen, welche mit ihrem je spezifischen Know-how die touristische Entwicklung und Vermarktung unterstützen. Eine zentrale Bedeutung in diesem Kontext nimmt die WITO Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft des Landkreises Barnim mbH ein. Um Synergien zwischen den Angeboten zur Bewerbung des Tourismus in der Naturparkregion auszuschöpfen, wurde die Zusammenarbeit mit der WITO intensiviert. So wurde sich u. a. darauf verständigt, dass die Leiterin des Bereiches Tourismus in die Vorstandsarbeit involviert wird. Auch wurden aktuelle Maßnahmen zur Bewerbung der Angebote in der Region abgestimmt.

Des Weiteren wurde eine neue Geschäftsbeziehung mit der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH geknüpft, um künftig die vertriebsstarken Kanäle der TMB für eigene Vermarktungszwecke zu nutzen. So werden touristische Veranstaltungen nun direkt durch den Tourismusverein in den





Veranstaltungskalender des Landes Brandenburg eingepflegt und über diesen automatisch auf die Website der Reiseregion Barnimer Land sowie auf reichweitenstarken Plattformen, wie u. a. [www.reiseland-brandenburg](http://www.reiseland-brandenburg), [www.brandenburg.de](http://www.brandenburg.de) oder der DB Regio App ausgegeben. Um Doppeleingaben zu vermeiden ist der Veranstaltungskalender des Landes auch mit dem eigenen Kalender unter [www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de) verknüpft.

#### **b) Kontakte mit Medien**

Im Berichtszeitraum wurde sich auch um Kooperationen mit Medien und Multiplikatoren im Netz bemüht. Hier wurden erste Kontakte mit Bloggern aufgenommen. Von der Idee geleitet, dass diese als „Internet-Botschafter“ für den Naturpark Barnim im Rahmen ihrer Internet-Beiträge und Artikel werben, sollen im weiteren Verlauf Partnerschaften aufgebaut werden.

### **4. Mitgliedererhalt und Mitgliedergewinnung**

Der operative Bereich des Tourismusvereins Naturpark Barnim e. V. bietet ein vielfältiges Unterstützungs- und Leistungsangebot an, welches jedoch teilweise sowohl innerhalb der Gruppe der Vereinsmitglieder als auch von Dritten nicht ausreichend wahrgenommen wird. Für den Erhalt, aber auch für die Gewinnung neuer Vereinsmitglieder erwächst daher die Notwendigkeit an Information und Transparenz.

#### **a) Initiierung des Mitgliederstammtisches**

Im Rahmen regelmäßiger Stammtischtreffen sollen die gegenseitige Kontaktaufnahme der Mitglieder sowie der Informationsaustausch ermöglicht werden. Gleichmaßen sollen die Motivation zur aktiven Teilhabe an der Vereinsarbeit als auch die Innovationskraft aller gestärkt werden.

Ein erster Stammtisch fand Ende Mai im Jagdhotel am Strehlesee statt. Im Vordergrund der Veranstaltung standen die Vorstellung und Erörterung der neu definierten Ziele des Tourismusvereins sowie des Entwicklungsplans 2018. Ein zweiter Stammtisch zum Thema der Angebots- und Produktentwicklung in 2019 fand im Oktober im Restaurant "Zur Waldschänke" am Rahmersee statt. Den Einladungen folgten viele Mitglieder, die insgesamt auch ein positives Feedback zum Veranstaltungsformat gaben und sich aktiv einbrachten.

#### **b) Ansprache von potentiellen Neumitgliedern**

Neben dem Austausch mit den Vereinsmitgliedern im Rahmen der Mitgliederstammtische und der Fototouren gab es bereits mehrere Gespräche mit potentiellen neuen Mitgliedern. Einige dieser (u. a. Jagdhotel am Strehlesee, Hafendorf Zerpenschleuse, Ferienwohnungen am Markt in Biesenthal) mündeten direkt in eine Mitgliedschaft.



## 5. Touristische Angebots-, Produkt- und Projektentwicklung

### **a) Koordination der Herstellung und Verkauf /Vertrieb von Souvenirs**

In Abstimmung mit der Gemeinde Wandlitz wurde ein Erstbestand an mit dem Gemeindelogo bedruckten Souvenirs aufgebaut, welche sowohl als Repräsentationsgeschenke der Gemeinde als auch als Mitbringsel für Touristen geeignet sind. Die Produktwahl basierte auf Ergebnissen einer Umfrage zum Bedarf an Souvenirartikeln durch die Tourismuskordinatorin der Gemeinde, welche bei verschiedenen Tourist-Informationen und weiteren Anbietern durchgeführt wurde. Folgende Produkte wurden aktuell mit dem Gemeindelogo versehen und stehen zum Verkauf und Vertrieb bereit: Beutel/Baumwolltaschen, Schlüsselbänder, Magnete, Regenponchos, Gummibärchen, Sattelschutz.

Für die Entwicklung weiterer regionaler Produkte/Souvenirs, die über die Tourist-Informationen verkauft werden können, wurden zudem Ideen der Leistungsträger eingeholt und bereits zwei Termine zur Produktbesichtigung und -herstellung mit einer Porzellanmalerin aus Wandlitz und einer Berliner Illustratorin wahrgenommen.

### **b) abgestimmter Angebots-, Produkt- und Projektplan 2019**

Mit dem Ziel einen unter Einbindung aller relevanten Akteure und Leistungsträger erarbeiteten Angebots- und Produktplan 2019 zu erstellen, wurden Bedarfe an möglichen Angeboten und Produkten ermittelt, Ideen gesammelt und im Hinblick auf ihre Umsetzbarkeit und Wirtschaftlichkeit überprüft. Im Rahmen des zweiten Mitgliederstammtisches im Oktober wurden diese Ideen und Perspektiven vorgestellt und gemeinsam mit den Vereinsmitgliedern und Interessierten erörtert. Vorbehaltlich des Erhalts zusätzlicher Fördermittel des Landkreises in 2019 wurde sich auf die Planung und Umsetzung folgender Angebote und Produkte verständigt:

#### **Angebote 2019:**

- Französische Woche (in Zusammenhang mit dem Brassens-Festival)
- Drei Touren zum Thema „Historisch bedeutsame Orte“ (z. B. Bogenseeführung)

#### **Produkte 2019:**

- Kleiner Ratgeber zu den Verhaltensregeln im Naturpark
- Themenbroschüre zum Thema „Historisch bedeutsame Orte“
- Postkarten
- Ein bis zwei weitere regionale Produkte



## **TEIL 2: BERICHTERSTATTUNG ZUM BETRIEB DER TOURIST-INFORMATIONEN WANDLITZ UND BIESENTHAL**

BERICHTSZEITRAUM: 01.01.2018 – 31.10.2018

Das Aufgabenspektrum in den Tourist-Informationen Biesenthal und Wandlitz ist groß. Neben der Bewältigung des Gästeaufkommens am Counter gibt es eine Vielzahl weiterer Aufgaben. In diesem Bericht werden das Gästeaufkommen im laufenden Geschäftsjahr und die Kernaufgaben im Tagesgeschäft dargestellt.

### **1. Gästestatistik Wandlitz**

Das Besucheraufkommen variierte in den vergangenen Jahren. Besonders hervorzuheben ist das Jahr 2016, in dem 11.349 Gäste in der TI registriert wurden. Im Vorjahr 2015 waren es 1.790 und im Folgejahr 2017 1.854 weniger Besucher/innen. Auch in diesem Jahr ist damit zu rechnen, dass die Zahl der Besucherinnen die 11.000er Marke erreichen wird. Das erneut hohe Gästeaufkommen trotz des langanhaltenden Schienenersatzverkehrs ist insbesondere auf die andauernde gute Wetterlage zurückzuführen. Für den Zeitraum von Januar bis einschließlich Oktober wurden bereits 9.227 Gäste gezählt. Im Jahr 2017 waren es bezogen auf diesen Zeitraum 414 Gäste weniger.

Die nachfolgenden Grafiken veranschaulichen die Entwicklung des Gästeaufkommens seit 2014 (Zeitraum Januar bis Oktober).

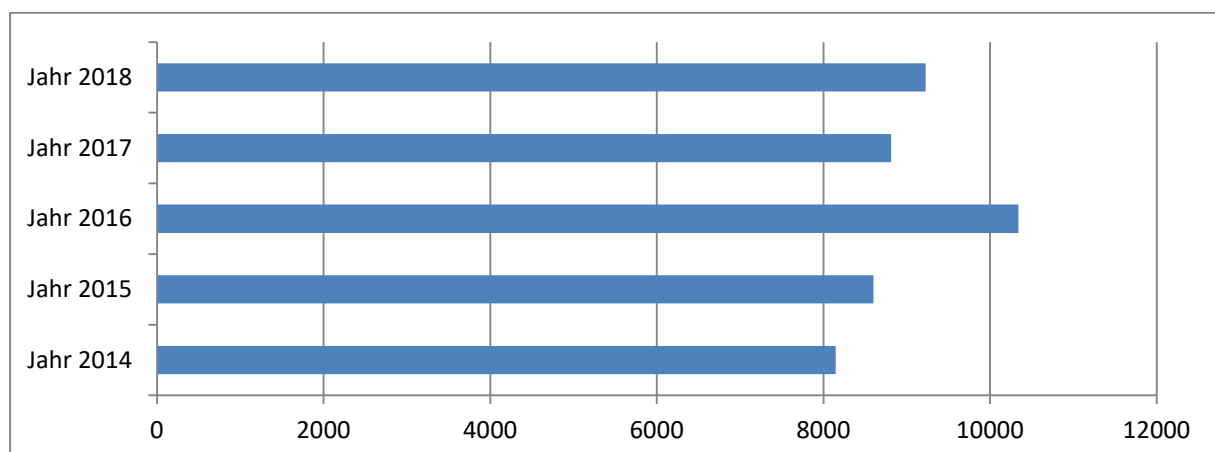


Abb. 1: Besucherzahlen Januar bis Oktober in den Jahren 2014 – 2018 gesamt (Wandlitz)

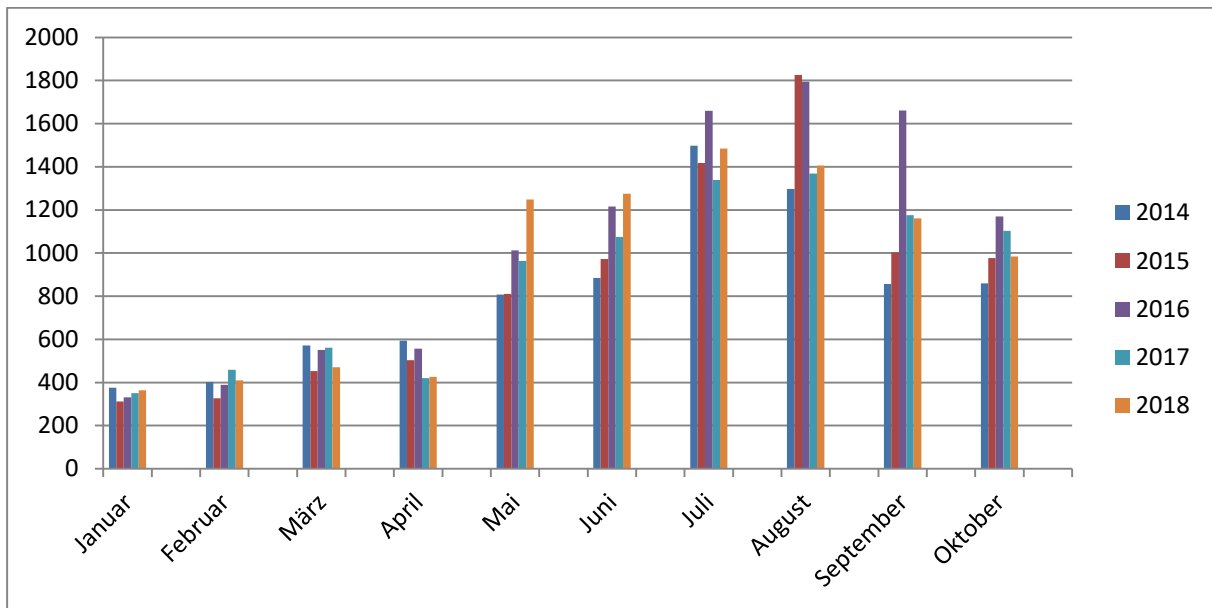


Abb. 2: Besucherzahlen Januar bis Oktober in den Jahren 2014 - 2018 nach Monaten (Wandlitz)

Auffällig ist der wahrgenommene Zuwachs an Gästen mit mehrtägigen Aufenthalten in der Region. Das bestätigen auch die Aussagen der Vermieter. Als Grund für diesen Trend könnte die erhöhte Anzahl an Unterkünften vermutet werden (z. B. das Hafendorf Zerpenschleuse). Eine Erhebung aussagekräftiger Zahlen ist für das nächste Jahr geplant.

Eine Auswertung der täglichen Besucherzahlen während der Monate Mai bis Oktober ergab Werte von 28 bis 67 Gästen pro Tag. Auch im ungewöhnlich ruhigen Oktober wurden an jedem Öffnungstag zwischen 29 und 39 Gäste registriert.

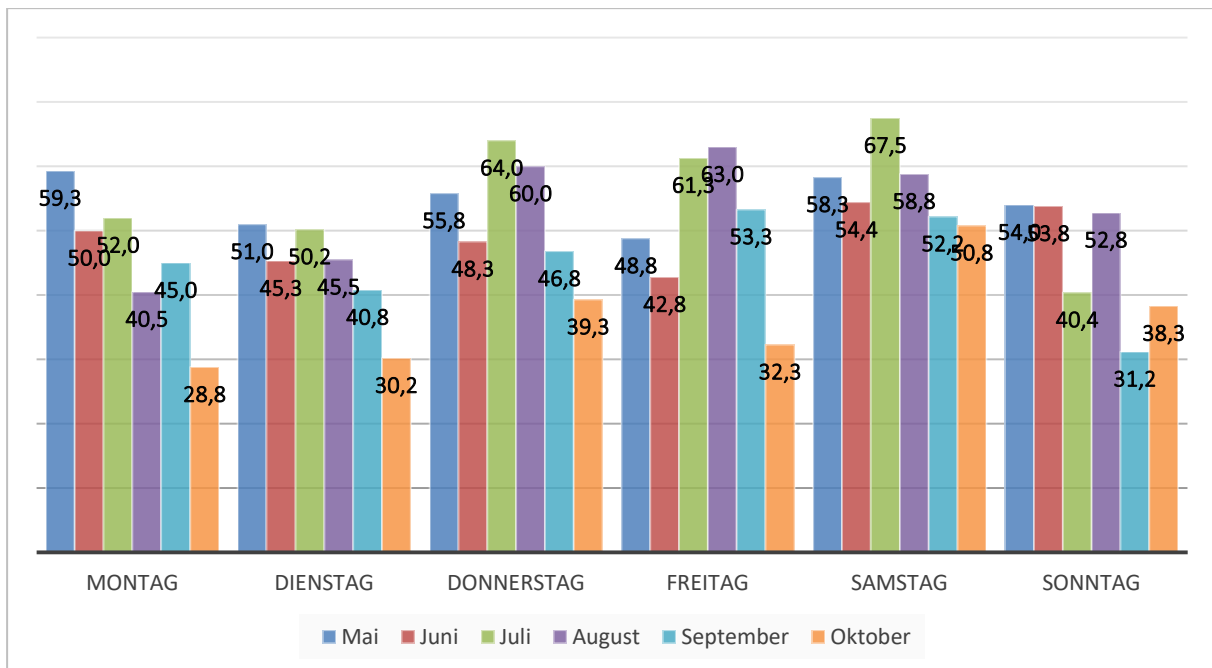


Abb. 3: Besucherzahlen von Mai bis Oktober nach Tagen (Wandlitz)



Aufgrund einer Vielzahl an Vermittlungs- und Buchungsleistungen, die in der Tourist-Information in Wandlitz erbracht werden (z. B. Buchungen für Fahrten der Berliner Eisenbahnfreunde) ist hier auch das Aufkommen telefonischer Anfragen hoch. **Die Auswertung der im September begonnenen Erfassung der Telefonate ergibt im Durchschnitt 25 Anrufen pro Tag. Für die Sommermonate werden noch höhere Zahlen vermutet.**

**Hinzu kommen 174 Gästeanfragen, die per E-Mail von Januar bis einschließlich Oktober eingingen.** Eine Aufteilung dieser zwischen der TI Wandlitz und Biesenthal ist nicht möglich. Zwei Drittel der Anfragen beziehen sich auf die Bestellung von Informationsmaterial. Einen weiteren großen Anteil machen Fragen aus, die sich auf die Suche nach einer geeigneten Unterkunft beziehen.

## 2. Gästestatistik Biesenthal

Der Jahresvergleich der Gästestatistik der letzten fünf Jahre in Biesenthal belegt, dass das Jahr 2016 auch hier mit einem besonders großen Besucheraufkommen hervorzuheben ist. Mit 2.807 Gästen in diesem Jahr, suchten 530 Personen mehr Unterstützung in der Tourist-Information als in 2017. Im Vergleich zum Vorjahr 2015 waren es 444 mehr.

Trotz der langanhaltenden guten Wetterlage ist davon auszugehen, dass die Besucherzahl in diesem Jahr unter den Werten der letzten Jahre liegt. Dieser Trend kann damit begründet werden, dass es weniger Übernachtungsmöglichkeiten in Biesenthal gibt und die Erreichbarkeit mit dem ÖNPV schwierig ist. Dies bestätigen auch immer wieder die Touristen und Ausflügler, die diesen Umstand oft bedauern, da vor allem Biesenthal für den naturverbundenen Wanderer oder Radfahrer ein optimales Urlaubsziel ist.

Die nachfolgenden Grafiken veranschaulichen die Entwicklung des Gästeaufkommens seit 2014 (Zeitraum Januar bis Oktober).

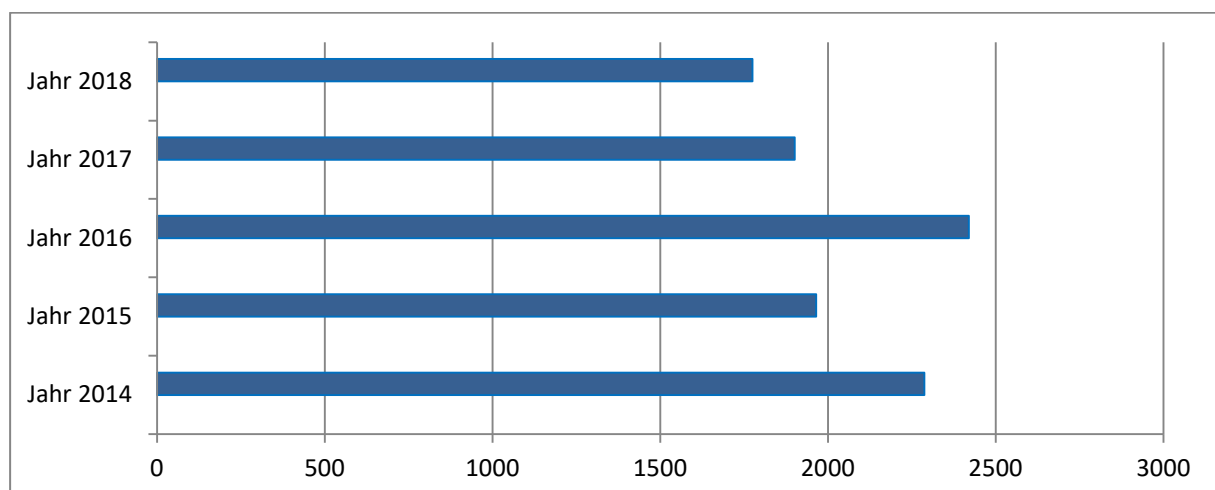


Abb. 4: Besucherzahlen Januar bis Oktober in den Jahren 2014 - 2018 gesamt (Biesenthal)

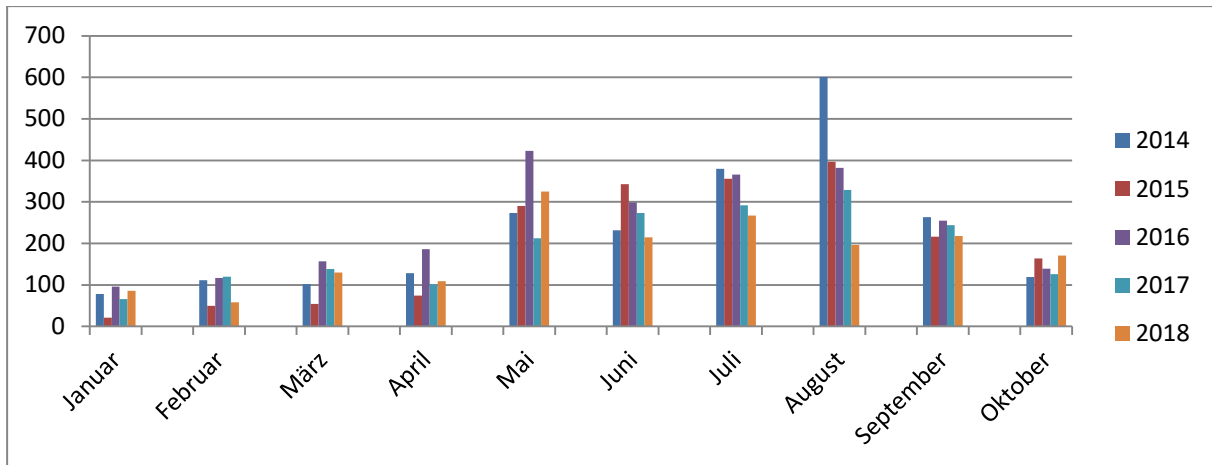


Abb. 5: Besucherzahlen Januar bis Oktober in den Jahren 2014 - 2018 nach Monaten (Biesenthal)

Eine Auswertung der täglichen Besucherzahlen während der Monate Mai bis September ergab Werte von 3 bis 33 Gästen pro Tag. Hierbei ist zu betonen, dass 33 Gäste am Tag die Ausnahme darstellen und der Durchschnitt bei 11 Besuchern pro Tag liegt.

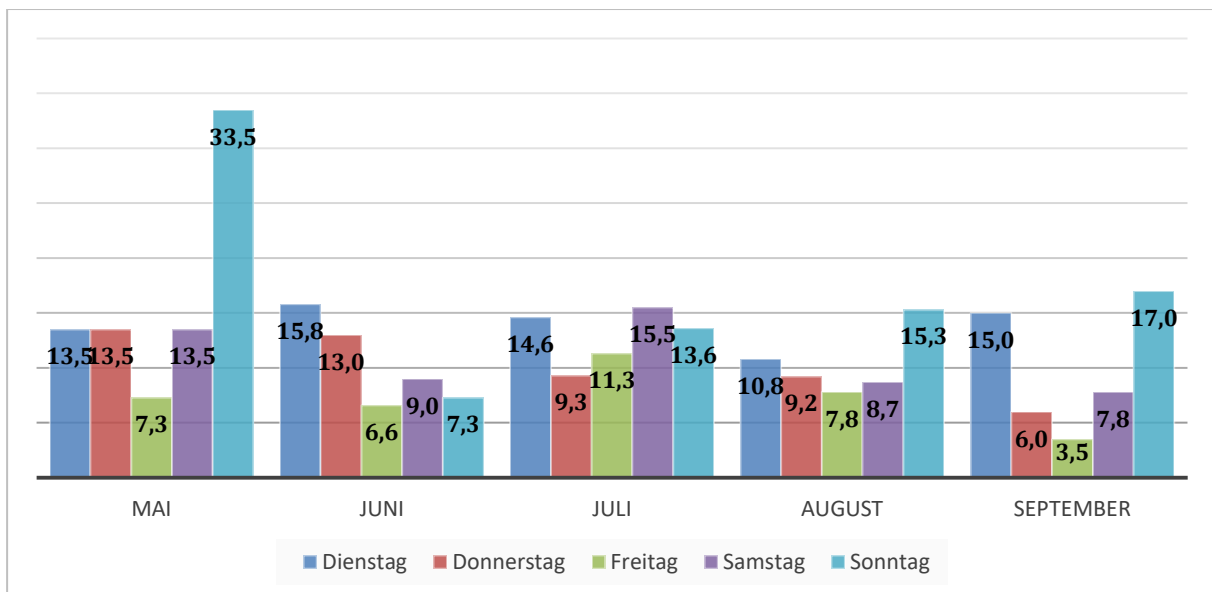


Abb. 6: Besucherzahlen von Mai bis September nach Tagen (Biesenthal)

### 3. Öffnungszeiten

Um die Gäste umfangreich zu betreuen steht das Team der Tourist-Information Ratsuchenden während der Saison an sechs Tagen in der Woche in Wandlitz und an fünf Tagen in Biesenthal zur Verfügung. In der Nebensaison kann die TI in Wandlitz an vier Tagen und die TI in Biesenthal an drei Tagen aufgesucht werden. Dabei bietet der Tourismusverein Naturpark Barnim e.V. folgende Öffnungszeiten an:



**Wandlitz:**

<b>Mai bis Oktober (gesamt 41 h)</b>		<b>November bis April (gesamt 26 h)</b>	
Mo	10.00 – 16.00 Uhr	Di	10.00 – 18.00 Uhr
Di	10.00 – 17.00 Uhr	Do	10.00 – 18.00 Uhr
Do	10.00 – 18.00 Uhr	Fr	10.00 – 15.00 Uhr
Fr	10.00 – 18.00 Uhr	Sa	10.00 – 15.00 Uhr
Sa	10.00 – 17.00 Uhr		
So	10.00 - 15.00 Uhr		

Hinweis: Pro Tag fallen zusätzlich Vor- und Nachbereitungszeiten von durchschnittlich 1 Stunde an.

**Biesenthal:**

<b>Mai bis Oktober (gesamt 30 h)</b>		<b>November bis April (gesamt 17 h)</b>	
Di	10.00 – 12:00 Uhr u. 13:00 - 18.00 Uhr	Di	10.00 – 12:00 Uhr u. 13:00 - 18.00 Uhr
Di	10.00 – 12:00 Uhr u. 13:00 - 18.00 Uhr	Do	10.00 – 15.00 Uhr
Fr	10.00 – 16.00 Uhr	Fr	10.00 – 15.00 Uhr
Sa	10.00 – 15.00 Uhr		
So	10.00 - 15.00 Uhr		

Die Öffnungszeiten stoßen bei den Gästen auf große Zustimmung und werden von diesen gut angenommen.

## 4. Aufgabenspektrum

Während der Öffnungszeiten wird eine Gästeberatung durch qualifiziertes Personal gewährleistet. In den Aufgabenbereich der Gästeberatung fallen dabei folgende Leistungen:

- Auskünfte zu touristischen Leistungen, Angeboten und Freizeitmöglichkeiten sowie zu den regional angrenzenden Gebieten inkl. zu Berlin;
- Versand von Informationsmaterial zu touristischen Angeboten;
- Verkauf von Prospekt- und Kartenmaterial sowie Literatur, mit deren Hilfe sich die Kunden weiter informieren können und regionalen Produkten;
- Buchung von touristischen Leistungen für die Kunden bzw. Vermittlung des Kontakts (z. B. Buchung von Unterkünften);



- **Nur in Wandlitz:** Verkauf von Veranstaltungstickets und Fahrkarten sowie Buchung weiterer touristischer Angebote (z. B. Buchung, Versand und Rechnungslegung von Fahrkarten der Berliner Eisenbahnfreunde e. V.).

Die Aufgaben beschränken sich jedoch nicht nur auf den Gästeservice. Das Aufgabenspektrum in den TIs ist umfangreich und vielfältig. Nachfolgend sind die zentralen Tätigkeitsbereiche aufgelistet.

- Herstellen und Pflege von Kontakten zu touristischen Anbietern und Einholung von aktuellen Informationen;
- Aufnahme und Weiterleitung der Wünsche und Fragen der Gäste zu erholungsrelevanten Themen an die Leistungsträger sowie an Gemeinde und Amt;
- Verknüpfung der touristischen Dienstleistungen der Tourist-Information mit Angeboten des Internets und den Broschüren der WITO-Barnim GmbH;
- Ansprechpartner für die Belange der touristischen Leistungsträger;
- Bürgerservice (z. B. Vergabe von Laubsäcken oder Beantwortung allgemeiner Informationen),
- Büroorganisation und administrative Aufgaben (z. B. Buchführung, Materialbestellungen).
- Standbetreuung auf Messen und Veranstaltungen (z. B. Reisemarkt am Ostbahnhof).
- Durchführung und Auswertungen von Gästestatistiken;
- Berichterstattung;

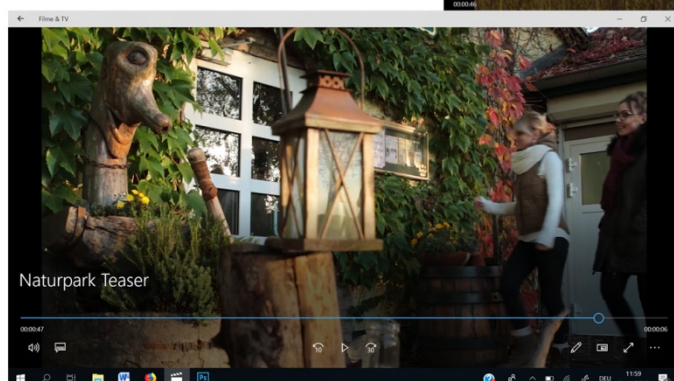
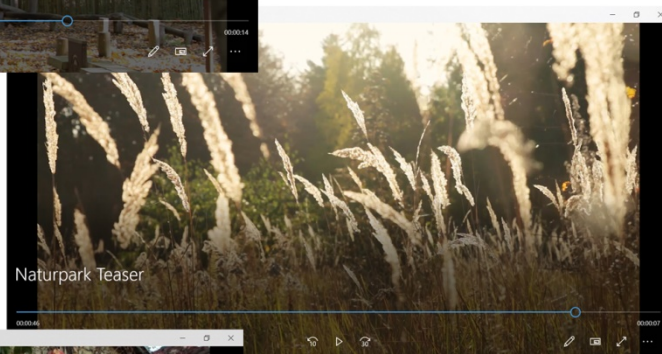
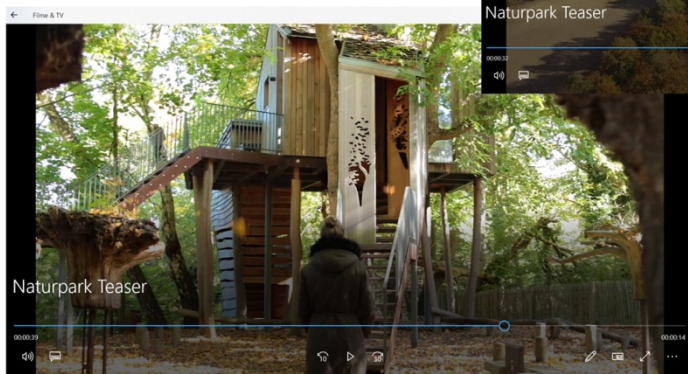
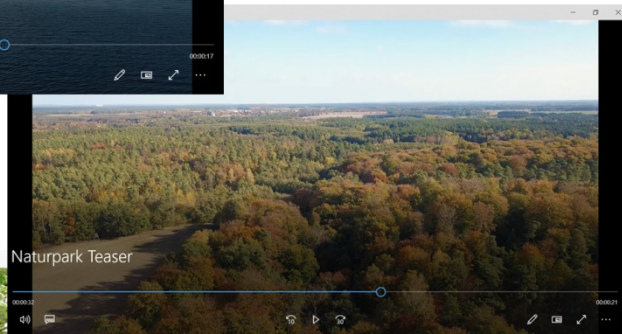
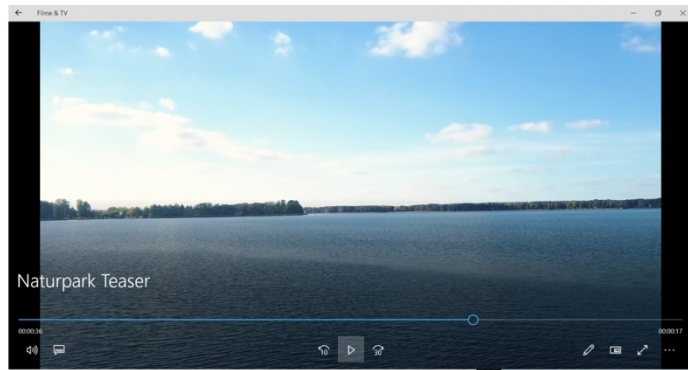
Alle Mitarbeiterinnen waren im Berichtszeitraum zudem in die oben beschriebenen Projekte/Aufgaben des Tourismusvereins eingebunden, wie beispielsweise in die Gestaltung und Redaktion der neuen Website oder die Organisation und Durchführung der Fototouren.





# Anlagen:

## 1. Screenshots/ImpressionenTrailer





## 2. Screenshot Startseite der Website



#machmalgruen



DIE NATURPARKREGION | GUTE ADRESSEN | SEHEN & ERLEBEN | INTERVIEWS | UNSERE BESTEN | VERANSTALTUNGEN | SERVICE + -



### DIE LETZTEN EINTRÄGE

Interview

Michael Hecken |  
Unternehmer | HNF NICOLAI

Gute Adressen | Cafés, Bars und Restaurants

Taverna MYKONOS

Gute Adressen | Unterkünfte

Landhotel Trampe

Gute Adressen | Heimische Läden

Klosterfelder Senfmühle

### DER NATURPARK BARNIM IM ÜBERBLICK

FILTER ^

**GUTE ADRESSEN**

- Besondere Locations
- Cafés, Bars und Restaurants
- Heimische Läden
- Unterkünfte

**SEHEN UND ERLEBEN**

- Aktiv am und im Wasser
- Ausflugsziele



### 3. Screenshot Beitrag Seeschloss



DIE NATURPARKREGION | GUTE ADRESSEN | SEHEN & ERLEBEN | INTERVIEWS | UNSERE BESTEN | VERANSTALTUNGEN | SERVICE + -



## Hotel & Restaurant Seeschloß Lanke

GUTE ADRESSEN | CAFÉS, BARS UND RESTAURANTS | UNTERKÜNFTE

In idyllischer Lage, direkt am See in einem großen Waldgebiet gelegen, befindet sich das **Hotel & Restaurant Seeschloß Lanke**. Hier können Gäste der Hektik des Alltags entfliehen, Entspannung und Erholung finden und sich vom Service-Personal sowie von Mutter Natur verwöhnen lassen.

### Hotel & Restaurant Seeschloß Lanke

Am Obersee 6  
16348 Wandlitz OT Lanke

✉ hotel-seeschloss@t-online.de  
☎ +49 (0)3337 / 20 43  
🌐 www.seeschloss-lanke.de/



Inhaber Max Zimmer



### Soziale Medien



### Route planen

Booking.com

Der Badestrand liegt nur wenige Meter entfernt und zum Rudern oder Angeln können die hoteleigenen Boote verwendet werden. Eine Kahn- oder Angelpartie in einem der vielen Boote ist auch für Kinder ein reizvolles Erlebnis. Das Seeschloss ist seit über 100 Jahren in Familienbesitz. Seit jeher suchten viele Menschen hier Ruhe und Erholung. Auch Max Schmeling fühlte sich in diesem Hause wohl und trainierte umgeben von Wald und Wasser für seine großen Boxkämpfe.

Neben der Lage überzeugt das **Hotel & Seeschloß Lanke** durch seinen persönlichen Service und das stilvolle Ambiente. Von der Veranda über den vollverglasten Wintergarten bis hin zur Gartenterrasse, die im Sommer im Schatten der alten Bäume liegt, kann man den besten Ausblick auf den schönen Obersee genießen.





## 4. Screenshot machmalgruen.de bei Facebook

**Mach mal grün.**  
@machmalgruen.de

**Startseite**  
Beiträge  
Fotos  
Info  
Bewertungen  
Community  
Seiteninfos & Werbung  
Seite erstellen

**Beitrag erstellen**  
Verfasse einen Beitrag ...  
Foto/Video Freunde mar... Ich bin hier

**Beiträge**

**Mach mal grün.**  
12. November um 14:44 · 🌐

Wir wollen der Region "mehr Gesicht verleihen". Wie sollte das besser gehen als die Menschen, die hier leben, vorzustellen. Für unser erstes Interview haben wir uns auf den Weg gemacht und den Unternehmer Michael Hecken in seinem wunderschönen Haus und Anwesen in Biesenthal besucht. Das ganze Interview mit ihm gibt es hier: <https://www.machmalgruen.de/interviews/michael-hecken>  
#machmalgruen #machmalgrün #erlebeBrandenburg #Barnim #NaturparkBarnim

**Mach mal grün. Naturpark Barnim**  
Mal „grün machen“ vor den Toren Berlins im schönen Naturpark Barnim. Dazu möchten wir euch einladen, ...  
Mehr anzeigen

**Community** Alle anzeigen  
Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren  
505 Personen gefällt das  
512 Personen haben das abonniert

**Info** Alle anzeigen  
Nachricht senden  
[www.machmalgruen.de](http://www.machmalgruen.de)  
Regionale Website · Unterhaltungswebseite  
Impressum  
Änderungen vorschlagen

**Ähnliche Seiten**

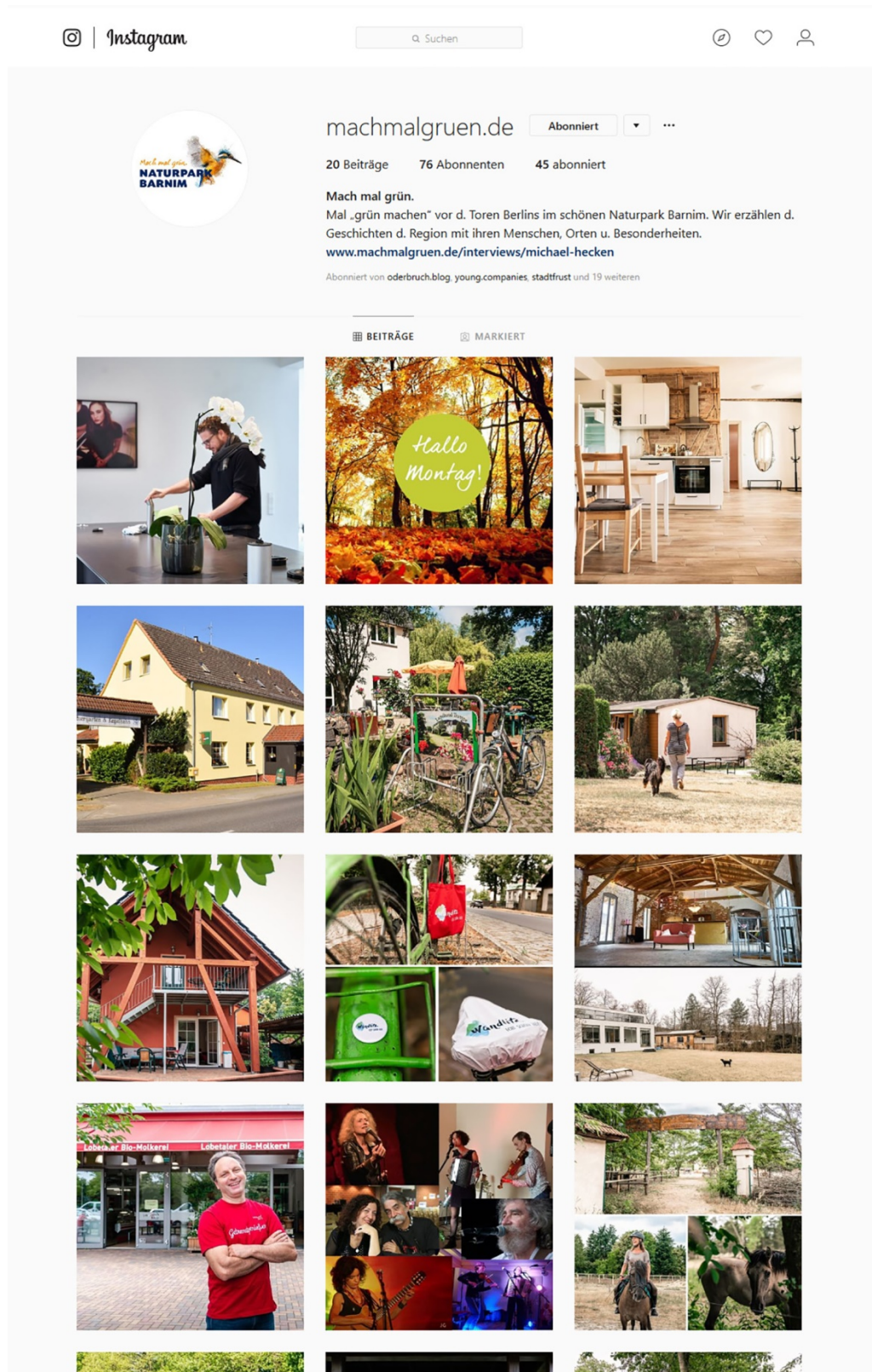
- Zur Kleinen Mold... Tschechisches Restaurant · Gefällt mir
- Mit Vergnügen ... Unterhaltungswebseite · Gefällt mir
- Schorfheide.de Reiseunternehmen · Gefällt mir

**Seiten, die dieser Seite gefallen**

- Nationalpark Un... · Gefällt mir
- BACKPACKER TheBackpacker.de · Gefällt mir
- Pilzberatung · Gefällt mir



## 5. Screenshot machmalgruen.de bei Instagram





## 6. Screenshot machmalgruen.de bei Twitter

Startseite Über uns Twitter durchsuchen Hast du einen Account? Anmelden

Tweets 21 Folge ich 30 Follower 35 Gefällt mir 39 Folgen

**Mach mal grün.**  
@machmalgruen  
Beigetreten Juli 2018  
8 Fotos und Videos

**Tweets Tweets & Antworten Medien**

**Mach mal grün.** @machmalgruen · 13. Nov.  
Wir wollen der Region "mehr Gesicht verleihen". Wie sollte das besser gehen als die Menschen, die hier leben, vorzustellen. Für unser erstes Interview haben wir den Unternehmer Michael Hecken in Biesenthal besucht. Das Interview mit ihm gibt es hier: [machmalgruen.de/interviews/mic...](http://machmalgruen.de/interviews/mic...)

**Mach mal grün.** @machmalgruen · 5. Nov.  
Wir wünschen euch einen guten Start in die neue Woche!  
#machmalgruen #machmalgrün #Montagmorgen #HalloBrandenburg #esherbstet #derfrüheVogel #erlebeBrandenburg #Barnim #NaturparkBarnim

**Mach mal grün.** @machmalgruen · 25. Okt.  
\*\*TAG4: Jagdhotel am Strehlesee\*\*  
Das Jagdhotel liegt zentral inmitten des #NaturparkBarnim und ist damit ein wunderbarer Ausgangspunkt für Rad- und Wandertouren. Die kultige Kegelbahn bietet zudem beste Voraussetzungen für ein lustiges #Kegelwochenende.

**Jagdhotel am Strehlesee - Hotel, Restaurant und Kegelbahn**  
Gisela Griese hat sich mit dem Kauf des Jagdhotels am Strehlesee einen Traum erfüllt. Seit März 2018 ist sie die neue Eigentümerin und Betreiber...  
[machmalgruen.de](http://machmalgruen.de)

**Neu bei Twitter?**  
Melde dich jetzt an, um deine eigene, personalisierte Timeline zu erhalten!  
Registrieren

**Weltweit Trends**

- #FelizMartes 22,4 Tsd. Tweets
- #ConscienciaNegra 14,6 Tsd. Tweets
- #DünyaÇocukGünü 65,8 Tsd. Tweets
- #WorldChildrensDay 45,4 Tsd. Tweets
- #DiaUniversalDelNiño 10,9 Tsd. Tweets
- Leticia Dolera 10,1 Tsd. Tweets
- Morgan Freeman 3.500 Tweets
- AIHM'in Demirtaş 1.164 Tweets
- Tosyn Bucknor 14 Tsd. Tweets
- キルギス 24,3 Tsd. Tweets

© 2018 Twitter Über uns Hilfe-Center Bedingungen Datenschutzrichtlinien Impressum Cookies Info zu Anzeigen

