

# Evaluierung und Fortschreibung des Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeptes der Stadt Templin

Ergebnisbericht

8. März 2024









## Vorbemerkung

Die Stadt Templin plant die Kurstadtentwicklungskonzeption gemäß § 10 Abs. 3, Nr. 4BbKOG aus dem Jahr 2012 fortzuschreiben und um den Aspekt einer übergreifenden Tourismuskonzeption zu erweitern. Es ist die logische Konsequenz und richtige Entscheidung für die zukunftsfähige touristische Entwicklung der Stadt Templin inklusive ihrer Ortsteile. Gerade in den aktuell sehr volatilen Zeiten braucht es eine zukunftsgerichtete und gleichzeitig fundierte Positionierungs- und Entwicklungsstrategie, um insbesondere die eigene Organisations- und Partner:innenstruktur optimal auf die heutigen und zukünftigen Anforderungen auszurichten und effektiv und gemeinsam in die richtigen Maßnahmen und Projekte zu investieren.

Die Evaluierung und Fortschreibung der Kurstadtentwicklungskonzeption und die angestrebte Weiterentwicklung des familienorientierten Gesundheits- und Aktivtourismus bedeutet Chance und Verpflichtung gleichermaßen, die vorhandenen Potenziale weiterhin konsequent zu nutzen und ggf. auszubauen und damit die Stadt für Besucher:innen und auch Einheimische noch attraktiver zu machen. Dies gilt im besonderen Maße für die im (Gesundheits-) Tourismus immer wichtiger werdende Qualitätsausrichtung entlang der gesamten touristischen Servicekette.

Der vorliegende Ergebnisbericht gibt einen zusammenfassenden Überblick über die erzielten Ergebnisse im Projekt „Evaluierung und Fortschreibung des Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeptes der Stadt Templin“, welches im September 2023 mit einem digitalen Kick-off Termin gestartet wurde.

In Ergänzung hierzu sind die jeweiligen Zwischenberichte und Protokolle des Ortstermins und der digitalen Abstimmungen in chronologischer Reihenfolge zu beachten, die dem Auftraggebenden im Nachgang der einzelnen Termine zur Verfügung gestellt wurden.

Die Hintergrundinformationen und Daten gehen auf die uns vom Auftraggebenden zur Verfügung gestellten Unterlagen sowie durchgeführten Site-Visits bzw. Marktanalysen, allgemein zugänglichen Datenquellen, internen Informationsquellen und Datenbanken sowie auf die aus dem PROJECT M internen Know-how resultierende Bewertung und Einschätzung zurück. Sie sind vertraulich zu behandeln.

PROJECT M übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Angemessenheit der Zahlen und Daten, die aus dritten Quellen stammen.

Das Projekt wurde mit der erforderlichen Sorgfaltspflicht und Umsicht durchgeführt und berücksichtigt die Marktgegebenheiten in dem Ausmaße, wie sie bei Erstellung und Abgabe des Berichtsentwurfes im September 2023 – März 2024 absehbar waren. Für mögliche Veränderungen der Marktgegebenheiten nach diesem Zeitpunkt übernimmt PROJECT M keine Verantwortung. Es besteht keine Verpflichtung, den Bericht bzw. das Papier zu überarbeiten, um Vorkommnisse zu berücksichtigen, die nach dem Abgabedatum auftreten.

Der Bericht ist ausschließlich für die auftraggebende Stadt Templin bestimmt. Der Bericht wurde erstellt für: Stadt Templin, Fachgebiet Kurstadtentwicklung, Prenzlauer Allee 7, 17268 Templin.





# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>8</b>
1.1 Anlass, Zielsetzung und Methodik.....	9
1.2 Prozess der Zusammenarbeit.....	10
<b>2. Erfassung und Bewertung der Umsetzung der Kurstadtentwicklungskonzeption 2012</b> .....	<b>12</b>
<b>3. Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen</b> .....	<b>14</b>
<b>4. Bewertung der touristischen Ausgangssituation und des Potenzials</b> .....	<b>17</b>
4.1 Lage, Erreichbarkeit und Binnenmobilität.....	17
4.2 Touristische Entwicklung.....	19
4.3 Touristische Infrastruktur, Angebote, Themenkompetenz, Qualitäten.....	21
4.4 Potenzialbestimmung für die zukünftige touristische Entwicklung der Kurstadt Templin und Ortsteile.....	25
<b>5. Fortschreibung der Kurstadtentwicklungskonzeption</b> .....	<b>29</b>
5.1 Vision, Mission und Erlebnisversprechen für den Tourismus.....	29
5.2 Leitziele für die Tourismusedwicklung.....	32
<b>6. Positionierungsstrategie für die Kurstadt Templin und Ortsteile</b> .....	<b>33</b>
6.1 Charaktermerkmale der Kurstadt Templin.....	33
6.2 Erlebnisprofile und Leitthemen.....	34
6.3 Leitzielgruppen für den Tourismus.....	36
<b>7. Umsetzungsfahrplan und Handlungsprogramm</b> .....	<b>37</b>
7.1. Handlungsfelder und Schlüsselprojekte zum Umsetzungsstart.....	37
7.2 EXKURS: Aufbau ortsteilräumlicher, zielgruppenspezifischer Erlebnisräume.....	51
7.3 Umsetzungsmanagement in gemeinsamer Verantwortung.....	52
Impressum	.





## Abkürzungsverzeichnis

HB	Handlungsbereich
HF	Handlungsfeld
TEK	Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeption
TMT	Tourismus Marketing Templin
TMU	Tourismus Marketing Uckermark





## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Prozessverlauf zur Erstellung des TEK für die Kurstadt Templin.....	10
Abb. 2: Struktur Leistungsträger-Online-Befragung.....	11
Abb. 3: Bewertung der Umsetzung der Kurstadtentwicklungskonzeption 2012.....	12
Abb. 4: Bewertung der Umsetzung des Entwicklungskonzeptes Gesundheitstourismus 2017.....	13
Abb. 5: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (1/3).....	15
Abb. 6: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (2/3).....	15
Abb. 7: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (3/3).....	16
Abb. 8: Entfernung Templins zu ausgewählten Städten.....	17
Abb. 9: Einzugsgebietsanalyse.....	18
Abb. 10: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Templins im Vergleich zu Brandenburg und Uckermark.....	19
Abb. 11: Entwicklung der Ankünfte im Vergleich.....	20
Abb. 12: Entwicklung der Übernachtungen im Vergleich.....	20
Abb. 13: Analyse touristische Infrastruktur: Einschätzung Status-Quo hinsichtlich Bestand und Handlungsbedarf.....	21
Abb. 14: Point of Interest der Kurstadt Templin und Ortsteile.....	21
Abb. 15: Gutachterliche Einschätzung der Point of Interest der Stadt Templin und Ortsteile.....	22
Abb. 16: Online-Leistungsträger:innen Befragung.....	23
Abb. 17: Stärken und Schwächen der Kurstadt Templin und Ortsteile.....	24
Abb. 18: Marktseitige Chancen und Potenziale der Kurstadt Templin und Ortsteile.....	25
Abb. 19: Gesundheitsmatrix.....	26
Abb. 20: Entwicklungspotenziale.....	26
Abb. 21: Kernherausforderungen und Hauptaufgaben.....	27
Abb. 22: Vision für die Kurstadt Templin und Ortsteile.....	29
Abb. 23: Mission für die Kurstadt Templin und Ortsteile.....	30
Abb. 24: Erlebnisversprechen für die Kurstadt Templin und Ortsteile.....	30
Abb. 25: Leitziele der Tourismusentwicklung in Templin.....	32
Abb. 26: Controlling-Kennziffern für die Leitziele der Tourismusentwicklung in Templin.....	32
Abb. 27: Werte & Charaktermerkmale für den Tourismus in Templin.....	33





## Abbildungsverzeichnis

Abb. 28: Positionierungsstrategie für den Tourismus der Kurstadt Templin mit Erlebnisprofilen / Leitthemen.....	34
Abb. 29: Entwicklungsansatz Leitprodukte für den Tourismus in Templin.....	35
Abb. 30: Angebotsbeispiel: Sorgenfreier Gesundheitsurlaub aus Sicht einer Familie.....	35
Abb. 31: Kern- Zielgruppe(n) für den Tourismus in Templin.....	36
Abb. 32: Strategische Handlungsbereiche und Handlungsfelder.....	38
Abb. 33: Maßnahmen Handlungsbereich Profil und Marke.....	39
Abb. 34: Maßnahmen Handlungsbereich Produkte und Angebot.....	39
Abb. 35: Maßnahmen Handlungsbereich (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur.....	40
Abb. 36: Maßnahmen Handlungsbereich Strukturen und Finanzierung.....	41
Abb. 37: Umsetzungsfahrplan Schlüsselmaßnahmen.....	42
Abb. 38: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (1/3).....	43
Abb. 39: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (2/3).....	43
Abb. 40: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (3/3).....	44
Abb. 41: Schlüsselmaßnahme Profil und Marke (1/2).....	45
Abb. 42: Schlüsselmaßnahme Profil und Marke (2/2).....	45
Abb. 43: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (1/4).....	46
Abb. 44: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (2/4).....	46
Abb. 45: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (3/4).....	47
Abb. 46: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (4/4).....	47
Abb. 47: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (1/6).....	48
Abb. 48: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (2/6).....	48
Abb. 49: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (3/6).....	49
Abb. 50: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (4/6).....	49
Abb. 51: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (5/6).....	50
Abb. 52: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (6/6).....	50
Abb. 53: Erlebnisraumansatz: Vertiefung der Erlebnisperspektiven.....	51
Abb. 54: Strukturkonzept Tourismus- & Kurstadtentwicklung Templin.....	52
Abb. 55: Schema zukünftiger strategischer Weg für Templin.....	53



# 1. Einleitung

Die Kur- und Bäderstadt Templin (Landkreis Uckermark) liegt im nördlichen Teil des Landes Brandenburg in der malerischen West-Uckermark, ca. 80 Kilometer nordöstlich von Berlin und eingebettet in das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin und den Naturpark Uckermärkische Seen. Templin besteht aus der Kernstadt sowie 15 Ortsteilen und zählte Ende 2022 insgesamt 16.199 Einwohnende. Die Stadt ist mit 377 km<sup>2</sup> eine der größten Flächenstädte Deutschlands.

Durch den reizvollen historischen Stadtkern, die gut ausgebaute touristische Infrastruktur, das breite gesundheits- und aktivtouristische Angebot und Highlights, wie die NaturThermeTemplin, machen die Stadt zu einem besonders attraktiven touristischen Anziehungspunkt. Die NaturThermeTemplin vermarktet sich als „kleines Meer der Uckermark“ und integriert sich mit den Riesenrutschen, Wellenbecken, Whirlpools, Grottengang, Saunagarten sowie Wellness- und Therapieangeboten bereits sehr gut in das aktuelle Profil Templins im Bereich des familienorientierten Gesundheits- und Aktivtourismus.

Der Tourismus hat für die Lebens- und Erlebnisqualität und die Attraktivität der Stadt Templin insofern seit jeher einen sehr hohen Stellenwert. Der Tourismus ist Imageträger und bedeutender Imagefaktor, der wichtige Einnahmen für verschiedenste Branchen und den kommunalen Haushalt sichert.

Bereits seit 1985 ist die Stadt Templin prädikatisiert, zunächst als staatlich anerkannter Erholungsort. Die Stadt beauftragte die bestehende Kurstadtentwicklungskonzeption zu evaluieren und als Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeption fortzuschreiben. Anlass und Hintergrund ist zum einen die Nachweispflicht, die sich aus dem § 17 Abs. 1, Nr. 2 des Brandenburgischen Kurortgesetzes (BbgKOG) i. V. m. § 10 Abs. 3, Nr. 4 BbgKOG ergibt und zum anderen die notwendige Evaluierung und Fortschreibung des Konzeptes durch teils gravierende Veränderungen der Rahmenbedingungen durch die Auswirkungen der Pandemie, den Klimawandel sowie weiterer gesellschaftlicher Umbrüche.

Die Weiterentwicklung der Kurstadtentwicklungskonzeption und die angestrebte Weiterentwicklung des familienorientierten Gesundheits- und Aktivtourismus bedeutet Chance und Verpflichtung gleichermaßen, die vorhandenen Potenziale weiterhin konsequent zu nutzen und ggf. auszubauen und damit die Stadt für Besucher:innen noch attraktiver zu machen. Dies gilt im besonderen Maße für die im (Gesundheits-) Tourismus immer wichtiger werdende Qualitätsausrichtung entlang der gesamten touristischen Servicekette.

Die Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeption ist die konzeptionelle Grundlage und Drehbuch für die gewollte weitere (Gesundheits-) Tourismusedwicklung der Stadt. Die in der Konzeption definierten Handlungsempfehlungen zielen im Wesentlichen darauf ab, die Standortqualität zu verbessern und die Attraktivität der Stadt mit ihren Ortsteilen dauerhaft zu sichern.





## 1.1 Anlass, Zielsetzungen und Methodik

Die Kurstadtentwicklungskonzeption der Stadt Templin aus dem Jahr 2012 sowie die Potenzialstudie Gesundheitstourismus aus dem Jahr 2017 bilden die aktuellen Handlungsgrundlagen für die (gesundheits-) touristische Entwicklung Templins.

Die aktualisierte Kurstadtentwicklungskonzeption soll dabei mit einem Zeithorizont von 10 – 15 Jahren als die zentrale Handlungsgrundlage für die Weiterentwicklung des familienorientierten Gesundheits- und Aktivtourismus in Templin dienen und ist entsprechend als Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeption (TEK) ausgestaltet. Daraus ergeben sich folgende **Zielsetzungen und Schwerpunkte** für das TEK:

- Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses (aktive Akteurseinbindung) bezüglich der Nutzung der vorhandenen Stärken, Potenziale und Verbesserungsmöglichkeiten im Gesundheits- und Aktivtourismus
- Herausarbeiten einer zukunftsweisenden Ausrichtung zur touristischen Gesamtentwicklung der Stadt Templin UND der Ortsteile
- Entwicklung eines Maßnahmenkataloges mit Handlungsempfehlungen

Zur Erreichung der gesetzten Ziele und zur Sicherstellung der Reprädikatisierung für die Kurstadt Templin gründet die Evaluation und Fortschreibung der TEK auf folgenden **Bestandteilen**:

- Positions- & Potenzialbestimmung im Wettbewerb unter Berücksichtigung relevanter Trends und Marktentwicklungen, den Synergien zur Tourismusstrategie Brandenburg und den regionalen Strategien der tmu GmbH und dem aktuellen Umsetzungsstand der Kurstadtentwicklungskonzeption Templin 2012
- Ableitung von Entwicklungspotenzialen für Templin sowie ihrer Ortsteile für die kommenden 10-15 Jahre zur gezielten Förderung und Weiterentwicklung der Tourismus-, Wellness- und Gesundheitsangebote und zur langfristigen Bindung von Gästen und zur nachhaltigen Sicherung der Nachfrage
- Strategische Ausrichtung der Kurstadt durch Anpassung bzw. Nachjustierung der vorhandenen Vision, Mission und Leitziele und der Positionierung im familienorientierten Gesundheits- und Aktivtourismus
- Aufstellung eines Umsetzungsplanes mit konkreten und praxisorientierten Handlungsempfehlungen, die auf die Umsetzung von Projekten und die Bildung von Netzwerken abzielen



## 1.2 Prozess der Zusammenarbeit

Die Erstellung des TEK erfolgte in einem breit angelegten partizipativen Prozess, der von einer heterogen zusammengesetzten Lenkungsgruppe begleitet wurde. Die Lenkungsgruppe setzte sich aus Mitgliedern verschiedener Arbeits- bzw. Tätigkeitsbereiche (Kultur, Ernährung, Finanzen, Ökologie, Tourismus, Medizin / Physiotherapie, Sport, Marketing, Klimaschutz, Jugendbeirat) zusammen und wird von der Kurärztin der Stadt Templin, Dr. Annekathrin Möwius, geleitet. So konnte in insgesamt sechs Sitzungen dieser interdisziplinären Runde aus unterschiedlichen Perspektiven diskutiert, abgewogen und entschieden werden, wie der Weg in die Zukunft der Kurstadt Templin gestaltet werden soll.



Abb. 1: Prozessverlauf zur Erstellung des TEK für die Kurstadt Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

In der ersten von drei Projektphasen stand eine kompakte **Betrachtung und Bewertung der Ausgangssituation** im Fokus. Die resultierende Stärken-Schwächen-Analyse basiert auf folgenden Bausteinen:

- Desktopresearch: Auswertung von durch die Stadt Templin zur Verfügung gestellten Dokumenten, von Websites, Social Media-Präsenzen und übergeordneten Strategien und Leitlinien (u.a. Kurstadtentwicklungskonzeption 2012, Landestourismusstrategie Brandenburg, Potenzialstudie Gesundheits-tourismus Berlin und Brandenburg etc.)
- Intensive mehrtägige Ortsbegehung durch das Projektteam mit Erfassung der Ausgangssituation aus Gäste- und Expertensicht
- Fachgesprächen mit Vertreter:innen der kommunalen Ebene sowie Leistungsanbietenden
- Online-Leistungsträger:innen-Befragung
- 1 öffentliche Auftaktveranstaltung



**Methode:** schriftliche Online-Befragung



**Befragte:** Akteure aus den (gesundheits-) touristischen Strukturen und tourismusnahen Bereichen



**Laufzeit:** Mitte Oktober 2023  
(3 Wochen, zzgl. Follow-Up)



**Vertrieb:** Einladung zur Befragung per E-Mail über den AG



**Themenschwerpunkte der Befragung, z.B.:**

- **Touristisches Produkt und Reisemotive**  
(Angebote & Angebotshighlights, USP, Vor-Ort-Erlebnis, Reisemotive)
- **Image & Marketing**  
(freizeit- und gesundheitstouristisches Image, Vertriebskanäle)
- **Nachfrage- & Gästestruktur**  
(Tages- und Übernachtungsgäste, Zielgruppen, Freizeit- / Kur und Reha- / Geschäftsreisende)
- **Zusammenarbeitsstrukturen und Digitalisierung**  
(Kooperationspartner, digitale Kompetenz)

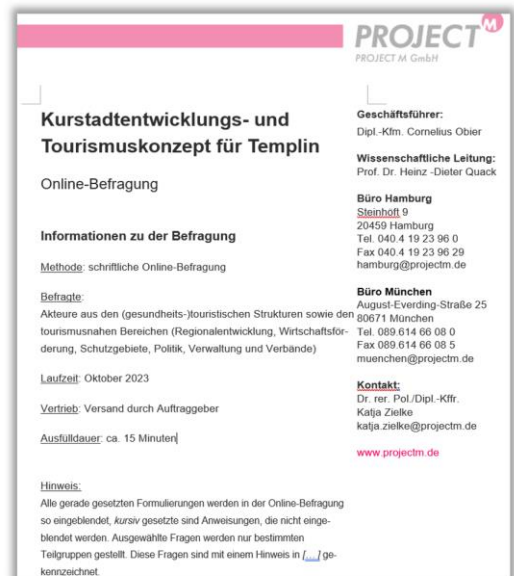


Abb. 2: Struktur Leistungsträger-Online-Befragung, Quelle: PROJECT M (2023)

Unter Einbeziehung der Expertise der Lenkungsgruppe sowie geeigneter Benchmarks, Trends, Marktentwicklungen und unter Abgleich der Prädiktisierungsanforderungen /Erfüllungsgrad) wurde in Prozessphase zwei die Positionierungsstrategie für die Kurstadt Templin erarbeitet. Diese umfasste in der Genese folgende Beteiligungsformate:

- 2 Sitzungen der Lenkungsgruppe
- 1 Zwischenpräsentation vor Ort

Die Ergebnisse dieser Phase: Vision und Mission für die touristische Zukunft Templins, Leitziele und Leitlinie für die künftige Ausrichtung sowie die Ausarbeitung eines konkreten Erlebnisversprechens und die Formulierung der Positionierungsstrategie inklusive der Auswahl und Beschreibung vorrangig anzusprechender Zielgruppen.

Den Übergang zu Prozessphase drei bildete die Festlegung von Handlungsfeldern. Innerhalb dieser Handlungsfelder wurden in der fünften und sechsten Lenkungs- gruppensitzung über 63 Maßnahmen definiert, die zur Erreichung der o.g. Ziele umgesetzt werden sollen. 15 Maßnahmen wurden als Schlüsselprojekte identifiziert, die für den Start in die Umsetzung von zentraler Bedeutung sind und Impulscharakter haben.

## 2. Erfassung und Bewertung der Umsetzung der Kurstadtentwicklungskonzeption 2012

Das Kurortentwicklungskonzept aus dem Jahr 2012 umfasst zahlreiche Maßnahmen, von denen einige in der Umsetzung abgeschlossen, fortgeschritten oder nicht angegangen bzw. weiter verfolgt wurden. Einen Überblick über die Evaluation des bestehenden Konzeptes zeigt folgendes Bild:



Abb. 3: Bewertung der Umsetzung der Kurstadtentwicklungskonzeption 2012, Quelle: PROJECT M (2023)

- Die Umsetzung einzelner Handlungsfelder (HF) war bereits weit fortgeschritten, insbesondere das übergeordnete HF (Umsetzungsmanagement) sowie die HF 2 (Entwicklung Gesundheitstourismus), HF 4 (Qualitätsoffensive) und HF 5 (Innen- und Außenmarketing).
- Es besteht Handlungsbedarf / weitere Umsetzungsschritte im Bereich der Profilierung als Thermalsoleheilbad und der Gestaltung von Bürgergarten und Kurmeile.
- Darüber hinaus ist eine konsequente Weiterentwicklung der Produktentwicklung nötig – ggf. Anpassung an die Erkenntnisse des aktuellen Prozesses.
- Die Optimierung der Organisationsstrukturen wurden nur bedingt umgesetzt: Weiterer Ausbau von Kooperationen mit den Nachbargemeinden / Ortsteilen ist notwendig und zielführend.

Auch mit Blick auf die Evaluation der in 2017 erstellten Potenzialbestimmung Gesundheitstourismus, die auf Basis der Kurstadtentwicklungskonzeption aus dem Jahre 2012 erarbeitet und weiterentwickelt wurde, mit dem Ziel die Stadt Templin (gesundheits-)touristisch stärker aufzustellen und ihre Position im Wettbewerb zu stärken, zeigt, dass die Vielzahl der aufgestellten Maßnahmen nicht in die Umsetzung gelangt sind.



Abb. 4: Bewertung der Umsetzung des Entwicklungskonzeptes Gesundheitstourismus 2017, Quelle: PROJECT M (2023)

- **Die meisten Maßnahmen sind noch nicht umgesetzt.**
- **Die Maßnahme Veranstaltungsentwicklung befindet sich in Umsetzung (Leitveranstaltung und Templiner Gesundheitstage)**
- **verschiedene infrastrukturelle Maßnahmen befinden sich aktuell in Umsetzung.**

Gründe hierfür, die im Rahmen der Evaluation eruiert werden konnten, liegen vor allem in fehlenden personellen und auch finanziellen Ressourcen; ergänzt und verstärkt durch die in 2020 – 2022 vorhandene Corona-Pandemie.

Es besteht damit nach wie vor erheblicher Handlungsbedarf, gerade auch in den prädikatsrelevanten Bereichen. Dies gilt insbesondere für:

- Strategische Ausrichtung
  - Barrierefreiheit, Kurortatmosphäre, Kurmeile
  - Heilmittel Sole: langfristige Sicherung und Anwendung
  - Gesundheitsorientierung
  - Gastronomische Angebote
  - Netzwerk und Zusammenarbeit im (gesundheits-)touristischen Bereich
- **Diese Aspekte/Ergebnisse werden in der vorliegenden Kurstadt- und Tourismusentwicklungskonzeption aufgegriffen und konkrete Vorschläge zur Umsetzung erarbeitet.**





### 3. Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen

Die Normierung der Voraussetzungen für die Anerkennung von Kur-, Luftkur- und Erholungsorten liegt in der Gesetzgebungskompetenz der Bundesländer.

Das Kurortegesetz Brandenburg stellt umfangreiche Voraussetzungen an Kur- und Erholungsorte unter §2 des BbgKOG, darunter fallen natürliche, standortspezifische und medizinische Bestimmungen. Unter § 4 werden die Anforderungen für Thermalsoleheilbäder beschrieben. Dazu zählt die Verfügbarkeit eines natürlichen Heilmittels des Bodens sowie zweckmäßige Kureinrichtungen zu deren Anwendung.

Bereits seit 1985 ist die Stadt Templin prädikatisiert, zunächst als staatlich anerkannter Erholungsort. Im Zuge der Fortschreibung des Kurstadtentwicklungskonzeption besteht neben der vorgenommenen, in Kapitel 2 ausgeführten Evaluierung des Konzeptes, auch die Nachweispflicht, die sich aus dem § 17 Abs. 1, Nr. 2 des Brandenburgischen Kurortegesetzes (BbgKOG) i. V. m. § 10 Abs. 3, Nr. 4BbKOG ergibt. Die Nachweispflicht über die Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen besteht für die Stadt Templin zum 1. Mai 2024. Grund für die Neubeantragung“ des Prädikates „Thermalsoleheilbad“ ist, das in 2019 das Kurortegesetz Brandenburg (BbgKOG) novelliert und die Qualitätsanforderungen nachgeschärft wurden.

Prädikate, so auch das Prädikat „Thermalsole-Heilbad“, werden von Gästen erstrangig mit Heilmitteln verbunden und sind ein wichtiger Qualitätsindikator.


Prädikate bieten darüber hinaus Chancen für Orte zur Erlebarmachung der charakteristischen Gesundheits- und Erholungswirkung des Ortes.

Entscheidend ist jedoch, dass Prädikate die Grundlage für attraktive Lebens-, Wirtschafts-, Gesundheits- und Tourismusorte darstellen.

- **Ein Prädikat kann die Profilierung weit über den Tourismus hinaus auf Grundlage der natürlichen Gegebenheiten und speziell des ortsgebundenen Heilmittels stärken und zu einer hohen Lebensqualität speziell für die Einheimischen beitragen.**
- **Eine erfolgreiche Rezertifizierung und Anerkennung der Stadt Templin als Kurstadt stärkt die Positionierung und das Image Templins und ist für zahlreiche Gästegruppen und die Bevölkerung attraktiv.**

In Folgenden ist der Stand der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen „Sole-Heilbad“ in einer Gesamtübersicht, entsprechend des erzielten Erfüllungsgrades (erfüllt, bedingt erfüllt, nicht erfüllt) dargestellt.


Insgesamt zeigt die Überprüfung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen, dass zahlreiche Voraussetzungen für die Rezertifizierung bereits erfüllt sind:



- **NaturTherme Templin** als Anwendungsort des natürlichen Heilmittels „Sole“ in Templin sowie für **Bewegungstherapien**
- Das **Luft-Gutachten** aus dem **Frühjahr 2017** bestätigt Templin eine deutliche Unterschreitung der Grenzwerte und somit eine **ausgezeichnete Luftqualität**
- Die **verkehrsberuhigenden Maßnahmen** wurden Templin bereits positiv angerechnet, sollten jedoch besonders im Stadtzentrum weiter verstärkt werden
- **Verankerung des Kurgebiets mit Kurmeile in Bauleitplanung** der Gemeinde sowie **Grünflächen, ausgedehnte Waldbereiche** mit gekennzeichnetem Wegenetz
- **Bewegungstherapeutische Einrichtungen**, Liegewiesen, Sport- & Spielanlagen
- Zentral gelegene und den Anforderungen entsprechende **Tourist-Information** mit **öffentlicher Toilette** sowie kostenlosen und digital verfügbarem **Informationsmaterial**
- **Badeärztin** in der Kurstadt vorhanden
- **Ausreichend Betten in Beherbergungsbetrieben** zur Erfüllung der Mindestanforderung (insg. 100 Betten)

Abb. 5: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (1/3), Quelle: PROJECT M (2023)

Die weitere Überprüfung und Bewertung der Anforderungen an die Reprädikatisierung im Abgleich mit den Anforderungen, die im Brandenburgischen Kurortegesetz (BbgKOG) festgehalten sind und auf den Begriffsbestimmungen des Deutschen Heilbäderverbandes fußen zeigt, dass die folgenden Voraussetzungen als weitestgehend erfüllt bzw. als erfüllbar eingeordnet werden können, jedoch noch ausbaufähig sind:



- **Ausbau des Gästeprogramms** insbesondere der gesundheitsorientierten Angebote mit Zugänglichkeit für alle Gäste
- **Ausbau der Barrierefreiheit** insbesondere im historischen Stadtkern und einigen gastronomischen Betrieben
- Schulung und Absprachen der Hotellerie- und Gastronomiebetriebe: **gesundheitsorientierte Angebote** in den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben sowie entsprechendes **Fachpersonal zur Diätberatung**
- **Weitestgehend keine Beeinträchtigung** durch Industrieanlagen, Verkehrsmittel oder Gewerbebetriebe.
- Die Wiederbelebung der **Terrainkurwege** entlang der Seen ist geplant.
- Weitere **Attraktivierung der Kurmeile** als Verbindung zwischen Therme und Innenstadt

Abb. 6: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (2/3), Quelle: PROJECT M (2023)

Die Überprüfung der Prädikatisierungsanforderungen zeigt abschließend, dass für eine erfolgreiche Rezertifizierung noch folgende Arbeitsschritte und Maßnahmen unbedingt umzusetzen sind:



- **Gewährleistung der kurortmedizinischen Versorgungsstrukturen durch verschiedene Investitionen:**
  - Leistungsfähige, artspezifische Einrichtungen zur Durchführung von Kuren und Diäten – **Anwendungsmöglichkeiten in der NaturTherme Templin**
  - **Ausreichendes Fachpersonal** zur Durchführung von Anwendungen, Gesundheitstherapien und -beratungen
  - **Barrierefreies Straßen-, Fußgänger- & Radwegenetz** sowie die Zugänglichkeit der örtlichen Gastronomie
  - **öffentliche Toiletten** in ausreichender Anzahl

Abb. 7: Bewertung der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen (3/3), Quelle: PROJECT M (2023)

- **Templin ist auf einem guten Weg. Fast alle Anforderungen sind erfüllt bzw. mit Einschränkungen erfüllt. Positiv hervorzuheben sind, die durch die Bäderärztin abgedeckte kurortmedizinische Kompetenz sowie das touristische Serviceangebot.**
- **Herausfordernd sind vor allem die partiell nicht vorhandenen barrierefreien touristischen Wege sowie fehlende barrierefreie Zugänglichkeit der Gastronomie. Ein weiterer wesentlicher kritischer Aspekt ist, die geringe Verfügbarkeit von Fachpersonal zur Durchführung der Gesundheitstherapien und Anwendbarkeit des Heilmittels „Sole“.**



## 4. Bewertung der touristischen Ausgangssituation und des Potenzials

Die Ausarbeitung des TEK sowie die Ableitung der Kernergebnisse erfolgt auf Grundlage der Bewertungen der aktuellen Situation im Tourismus in der Kurstadt Templin mit deren Ortsteilen. Sie bilden die Basis für die weiterentwickelte und ausgearbeitete künftige Positionierung der Kurstadt Templin und ihrer Ortsteile.

### 4.1 Lage, Erreichbarkeit und Binnenmobilität

Die Kurstadt Templin liegt im Landkreis Uckermark im Nordosten des Landes Brandenburg und im Einzugsgebiet der Metropolen Berlin (ca. 60km) und Stettin (ca. 80km). Templin ist umgeben vom Naturpark Uckermärkische Seen und vom Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin.

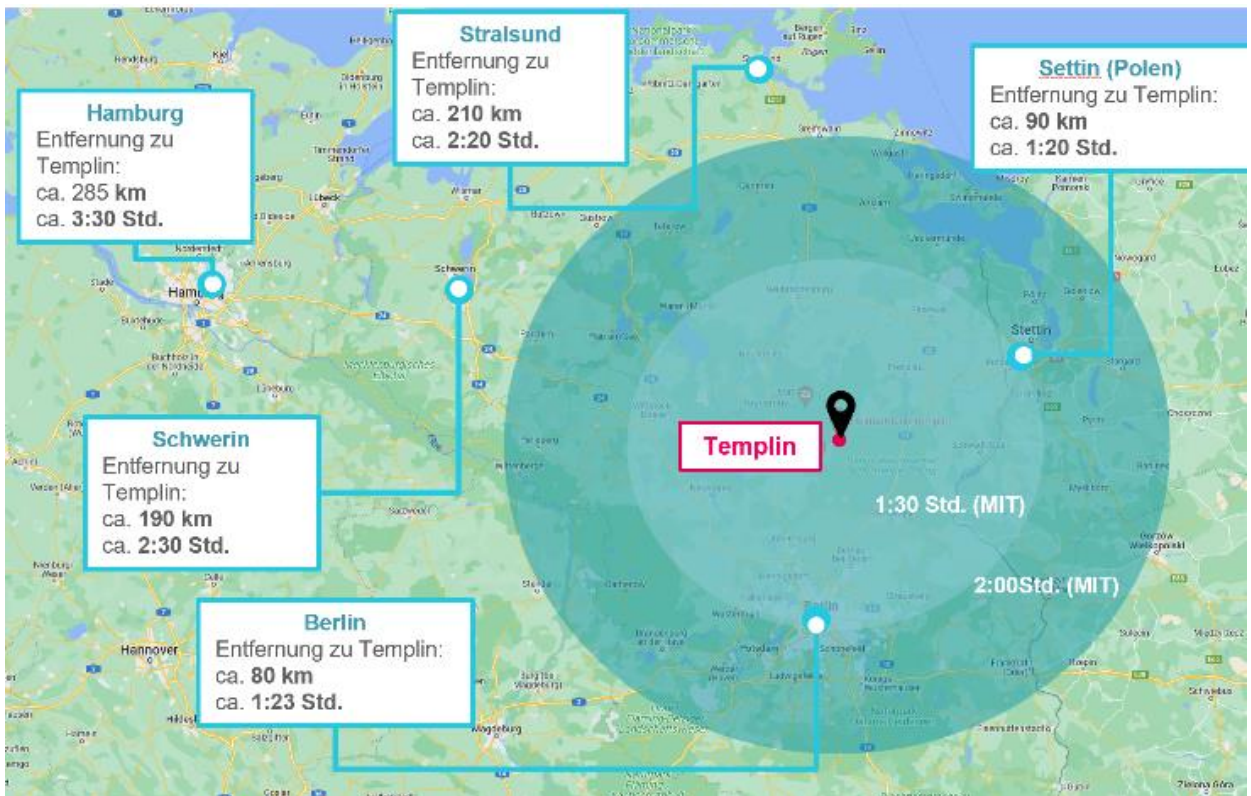


Abb. 8: Entfernung Templins zu ausgewählten Städten, Quelle: PROJECT M (2023)

Die Stadt ist per PKW gut angebunden. Die Anreise für Tagesbesucher und Urlauber mit PKW ist insofern aus verschiedenen Richtungen gut möglich. Direkte Anbindung mit dem PKW bestehen an die Autobahn A11 (Berlin – Stettin (Polen)) sowie an die 24 (Hamburg – Berlin) A20 (Rostock – Stralsund – Berlin) direkt über Bundesstraße B109 (Prenzlau – Berlin).



Die ICE-Anbindung ist nur bis Berlin gegeben; die Bahnanbindung zwischen Berlin und Templin besteht nur durch die Regionalbahn. Die Anreise mit der Bahn ist insofern mit mehrmaligem Umsteigen und erhöhter Reisezeit verbunden. Auch der Bahnhof der Kurstadt in zentraler Lage ist eher reiner Umsteigebahnhof mit geringer Aufenthaltsqualität.

Die Anreise und regionale Mobilität mit Bussen ist zu Geschäftszeiten und wochentags gut möglich, in den Randzeiten und an Wochenenden mit oft nur 2 Verbindungen gleichwohl erschwert. Der Ferienbus „HeideLiner“ bietet in der Ferienzeit eine zusätzliche Anreisemöglichkeit und verbindet viele touristische Attraktionen in Templin (Taktung alle 2 Stunden 6x täglich) und Umgebung. Positiv hervorzuheben ist der fahrscheinfreie Busverkehr für Einheimische und Touristen mit Besucherkarte.

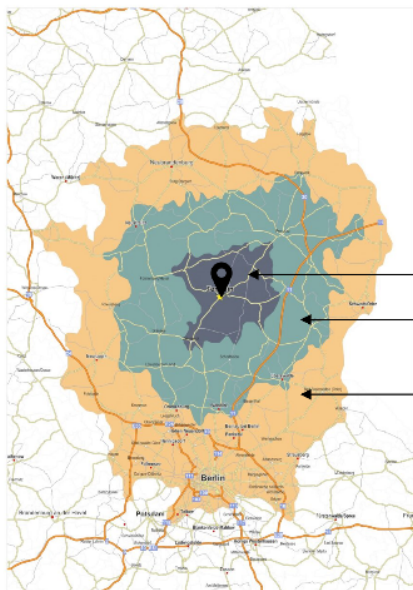
Weitere Mobilitätsangebote stehen nur in unzureichendem Maße den Besuchern und auch Einheimischen zur Verfügung. Dies verstärkt die Tatsache der eingeschränkten Mobilität gerade an den Rand- und Wochenendzeiten, da die Versorgung mit Rufbussen und Taxen ebenfalls eingeschränkt ist.

Hinsichtlich des Rad- und Wanderwegenetzes zeigt sich (über-)überregional ein gutes Netz; gleichwohl fehlt es teilweise erheblich an verbindenden Radwegen zwischen den Ortsteilen und/oder fehlender touristischer Infrastruktur in Form von Rastplätzen, Schutzhütten etc. entlang der Wege.

Mit Blick auf die Barrierefreiheit zeigt sich, dass einige Straßen und Wege nicht barrierefrei gestaltet sind, u.a. Altstadt und auch die Kurmeile.

→ **Damit bleiben Erreichbarkeit, innerörtliche Verknüpfung und die Binnenmobilität in Templin Kernaufgaben, um Services, nachhaltige Anreize und intermodale Mobilitätskonzepte vor Ort für eine reibungslose Anreise und Fortbewegung innerhalb Templins und der Ortsteile zu fördern.**

## Templin – Einzugsgebiet D. im Überblick



<b>ZONE A (0-30 min):</b>	
Einwohner:	ca. 32.306
Ankünfte:	ca. 204.000
Einwohnerdichte:	ca. 32
Kaufkraft je EW:	ca. 20.495
Kaufkraftindex (D=100%):	82,6 %
<b>ZONE A+B (0-60 min):</b>	
Einwohner:	ca. 268.888
Ankünfte:	ca. 785.000
Übernachtungen:	ca. 2.493.000
Kaufkraft je EW:	ca. 21.639
Kaufkraftindex (D=100%):	87,2%
<b>ZONE A-C (0-90 min):</b>	
Einwohner:	ca. 4.420.541
Ankünfte:	--
Übernachtungen:	--
Kaufkraft je EW:	ca. 22.947
Kaufkraftindex (D=100%):	92,5%

- Das Einzugsgebiet erstreckt sich von der Mecklenburgischen Seenplatte im Norden bis Berlin im Süden.
- Insg. **hohes theoretisches Besucherpotential!**
- Umkreis bis zu 30 Minuten eher ländlich geprägt. Besonderheit: Landschaftsschutzgebiet.
- Innerhalb von 90 min Anschluss an Berlin.

Hinweis: Es handelt sich hier um eine kumulative Darstellung, d.h. in der Zone C sind beispielsweise die Zonen A und B einbezogen.



Abb. 9: Einzugsgebietsanalyse, Quelle: PROJECT M (2024) Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzept der Stadt Templin | © PROJECT M 2024





Das Einzugsgebiet für den Tagestourismus und für Kurzreisen bis 90 PKW-Fahrminuten umfasst große Teile Brandenburgs und reicht bis Neubrandenburg im Norden und inkludiert die Millionenstadt Berlin im Süden. Das Einzugsgebiet erstreckt sich von der Mecklenburgischen Seenplatte im Norden bis Berlin im Süden. Insgesamt weist die Kurstadt Templin damit ein hohes theoretisches Besucherpotential auf. Der Umkreis bis zu 30 Minuten ist eher ländlich geprägt (Besonderheit: Landschaftsschutzgebiet). 4,4 Mio. Einwohnende im Umkreis von 90 Autominuten mit hohem Gästepotenzial besonders nach Süden im Großraum Berlin

→ Die Nähe zu und gute Anbindung an Berlin birgt hohes Gästepotenzial vor allem im Bereich Wochenendreisen/ Kurztrips, Tagesreisen sowie in der Nebensaison. Zusätzlich spielt die attraktive Landschaft der Reiseregion Uckermark mit den Seen und Wäldern eine entscheidende Rolle, insbesondere im Hinblick auf Natur- und Familienerlebnisse..

## 4.2 Touristische Entwicklung

Die Folgen der schließungsbedingten Einschränkungen in touristischen Einrichtungen aufgrund der Corona-Pandemie ab 2020 sind von den meisten, insbesondere eher ländlich geprägten Destinationen in Deutschland, überwunden. Partiiell zeigt sich sogar, dass touristische Kennzahlen von vor der Pandemie durch Veränderungen im Reiseverhalten, günstige Entwicklungen in der Nachfrage und dem Trend zu „Reisen ins Grüne“ sogar übertroffen werden.

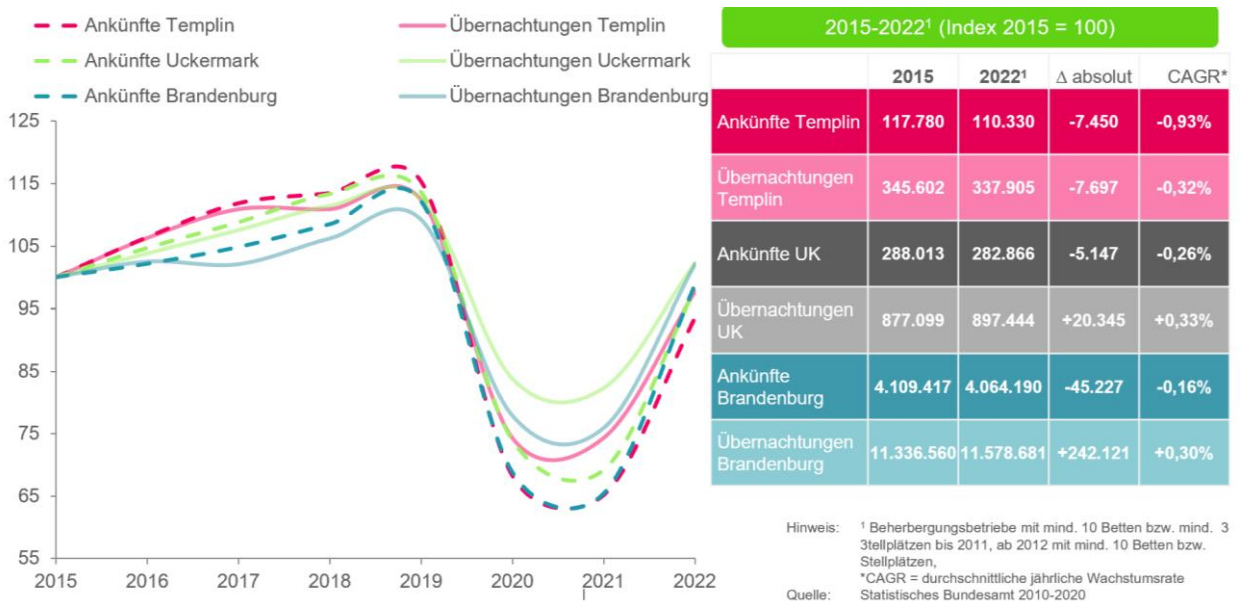


Abb. 10: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Templins im Vergleich zu Brandenburg und Uckermark, Quelle: PROJECT M (2023)

→ Die Entwicklung des Tourismus in Templin lag in 2022 trotz starkem Anstieg noch immer leicht unter dem Niveau von vor Corona. Die galt auch für die Uckermark und Brandenburg insgesamt.



Die Ankünfte in Templin sind von 2015 bis 2019 stetig angestiegen und gleichen sich allmählich wieder an den Werten vor Ausbruch der Corona-Pandemie an. Im Jahr 2022 lag die Zahl der Ankünfte in Templin bei gut 110.000. Die Entwicklung der Ankünfte ähnelt die anderen vergleichbaren wettbewerbsrelevanten Orte wie Burg (Spreewald), Willingen, Büsum und dem gesamten Bundesland Brandenburg. Allerdings verzeichnet Büsum deutlich das stärkste jährliche Wachstum, das sich von den anderen genannten Destinationen stark abhebt. Die Entwicklung der Übernachtungszahlen in Templin spiegelt den Trend der Ankünfte wider. Im Jahr 2022 lagen sie noch etwa 14 Prozentpunkte unter dem Höchstwert von 2019, aber es ist ein deutlicher Anstieg erkennbar. Ähnliche Verläufe lassen sich auch bei allen Wettbewerbern und im Bundesland Brandenburg feststellen.

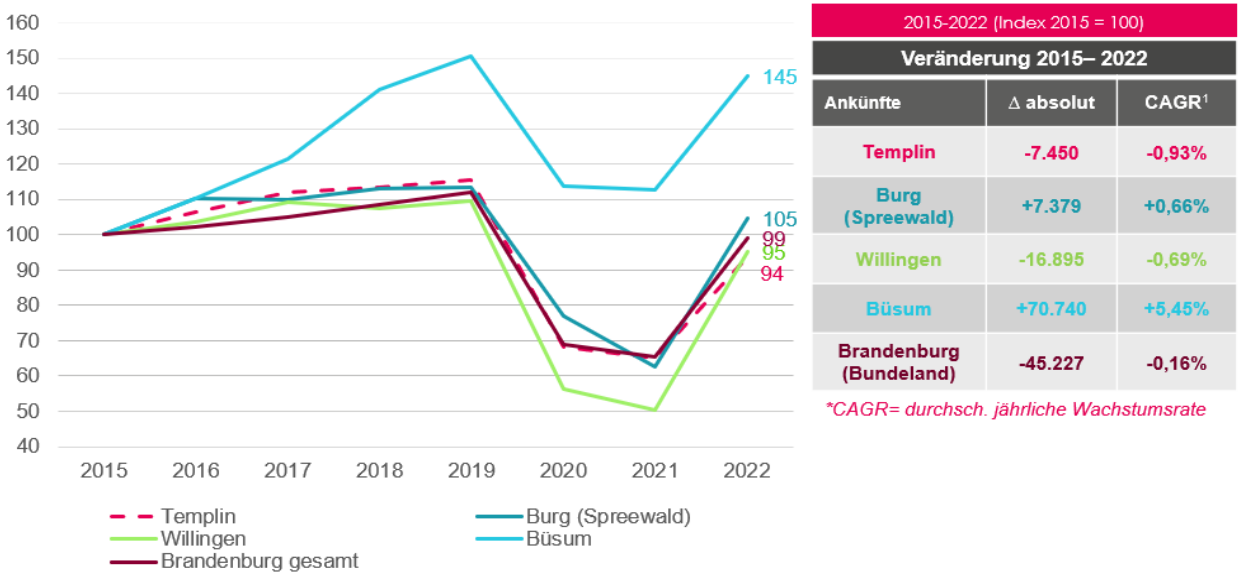


Abb. 11: Entwicklung der Ankünfte im Vergleich, Quelle: PROJECT M (2023)

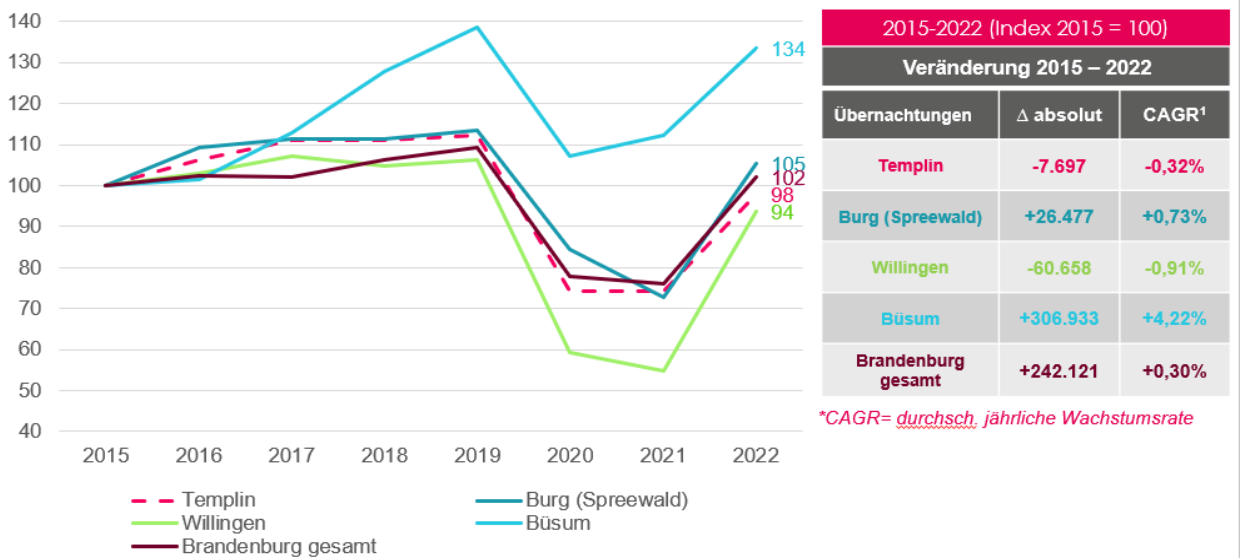


Abb. 12: Entwicklung der Übernachtungen im Vergleich, Quelle: PROJECT M (2023)

Die Bettenkapazität in Templin hat im langjährigen Mittel leicht zugenommen. Währenddessen ist die Bettenauslastung in Templin im Zeitraum von 2015 bis 2022 gesunken, blieb jedoch durchgängig über 40%, was im Vergleich zu den anderen wettbewerbsrelevanten Orten als relativ hoch anzusehen ist.



## 4.3 Touristische Infrastruktur, Angebote, Themenkompetenz, Qualitäten

Die systematische Erfassung und Bewertung der kurstädtischen Infrastruktur hinsichtlich Quantitäten und Qualitäten erfolgte differenziert nach Basis-, Supra und Aktivitätsinfrastruktur mit nachfolgend dargestellten Ergebnissen.

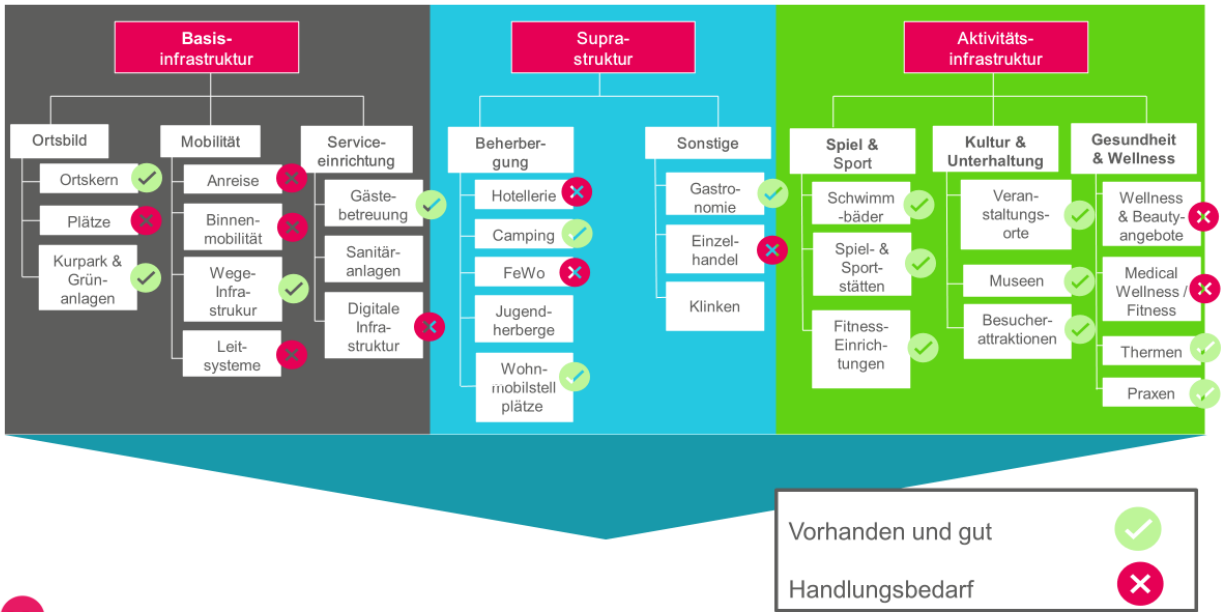


Abb. 13: Analyse touristische Infrastruktur: Einschätzung Status-Quo hinsichtlich Bestand und Handlungsbedarf, Quelle: PROJECT M (2023)

Die Erlebniskategorien umfassen die Bereiche Wellness und Gesundheit, Familie, Natur und Kultur. Die Angebote konzentrieren sich stark auf Templin und bislang wenig auf die Ortsteile:

Wellness und Gesundheit	Familie	Natur	Kultur
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ NaturTherme Templin</li> <li>■ Yoga Relax</li> <li>■ Heilpraktiker:innen</li> <li>■ Homöopathie Praxen</li> <li>■ Psychotherapeut:innen</li> <li>■ Badeärzte</li> <li>■ Weitere Mediziner:innen</li> <li>■ Heilwald</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ AHORN Familienhotel</li> <li>■ Lisa's Pferdehof</li> <li>■ Bowlingbahn</li> <li>■ Kajak/Kanu/SUP-Verleih</li> <li>■ Ausflugschiffe</li> <li>■ El Dorado</li> <li>■ Templiner Kart Center</li> <li>■ Floßfahrten</li> <li>■ Strandbar Templin</li> <li>■ Stadion der Freundschaft</li> <li>■ Basketballplatz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Badestellen &amp; Seen</li> <li>■ Stadtseepark</li> <li>■ Hundeausflugsgebiet</li> <li>■ Skatepark</li> <li>■ Naturpark Uckermärkische Seen</li> <li>■ Biosphären Reservat Schorfheide Chorin</li> <li>■ Strandbad</li> <li>■ Rad- und Wanderwege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schloss Herzfelde</li> <li>■ Historische Stadtmauer</li> <li>■ Marktplatz mit Wochenmarkt</li> <li>■ Museum für Stadtgeschichte</li> <li>■ Teepavillon</li> <li>■ Historisches Rathaus</li> <li>■ Freiluftmuseum für historische Landwirtschaftsgeräte</li> <li>■ Stadion der Freundschaft</li> <li>■ Bürgergarten</li> <li>■ Multikulturelles Zentrum</li> <li>■ Driving Center Groß Dölln</li> <li>■ Touristinformation</li> <li>■ Sankt-Maria-Magdalena-Kirche</li> </ul>

Abb. 14: Point of Interest der Stadt Templin und Ortsteile, Quelle: PROJECT M (2023)



Die Evaluierung der touristischen Infrastruktur der Kurstadt Templin und deren Ortsteile erfolgte über eine intensive Standortbegehung. Die gutachterliche Einschätzung wurde anhand des Ampelsystems vorgenommen, mit folgendem Ergebnis:

### Gutachterliche Einschätzung

- Hohe Attraktivität der **Innenstadt** durch historische Stadtmauer, Nähe zum Wasser und hohen „Altstadt-Flair“, viele Einzelhandelsläden und wenig bis keine Ketten ● ● ●
- Geringe bis keine touristische Attraktivität in einzelnen **Ortsteilen**, vereinzelt touristische POIs (z.B. Groß Dölln), allerdings große Distanzen zur Kernstadt ● ● ●
- **Bahnhof** in zentraler Lage lädt nicht zum Verweilen ein – Umstiegsbahnhof ● ● ●
- **Hafen** in hervorragender Lage bietet durch Iglu-Camp und Hausboote außergewöhnliche Übernachtungsmöglichkeiten – aktuell Bewirtung nur saisonal und Außenbereich am Wasser wenig touristisch genutzt ● ● ●
- **MKC** als Location mit hohem touristischem Potenzial, geeignet für alle Altersstufen ● ● ●
- **Bürgergarten und Hyparschale** als künftiges Highlight und Begegnungsort in Templin – aktuell geringe touristische Inwertsetzung ● ● ●
- **NaturThermeTemplin** mit gutem Angebot insb. für Familien, allerdings sind Wellness- und Gesundheitsangebote unterrepräsentiert. ● ● ●
- **Kurmeile** touristisch nicht inwertgesetzt – gerade als Verbindung zur Innenstadt sollte die Kurmeile ein Highlight darstellen ● ● ●
- Martas Gästehäuser und Ferienpark Templin als sehr gute **Beherbergungsbetriebe**, AHORN Seehotel bedarf einer Aufwertung ● ● ●

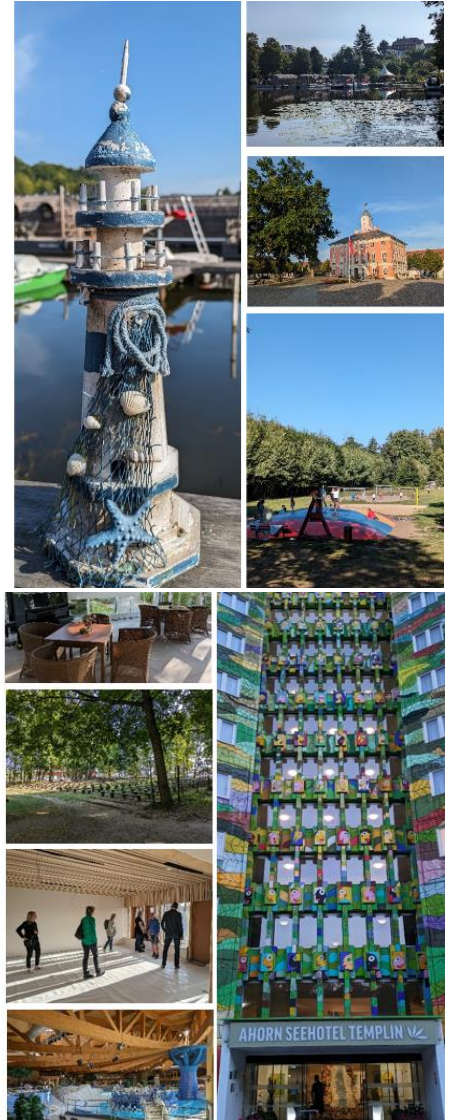


Abb. 15: Gutachterliche Einschätzung der Point of Interest der Stadt Templin und Ortsteile, Quelle: PROJECT M (2023)

Die Abfrage der Qualitäten gegenüber den Leistungsträger:innen bestätigt dieses Bild. Die Kurstadt Templin wird hinsichtlich der Sicherheit touristischer Orte als sehr gut bewertet. Die Aufenthaltsqualität wird überwiegend positiv bewertet, insbesondere im Naturraum. Verbesserungsbedarf besteht in der Sichtbarkeit besonderer Angebote und der Barrierefreiheit.

Die Highlights Templins werden in der historischen Altstadt mit der gut sanierten Stadtmauer und dem damit verbundenen Flair, der Lage inmitten der wunderschönen Natur sowie der Angebotsvielfalt Templins (großes Kulturangebot, aktiver Familienurlaub, Einkaufsmöglichkeiten) gesehen. Die NaturThermeTemplin ist aus freizeittouristischer Sicht sehr bedeutend und steht aus gesundheitstouristischer Sicht neben Aktiv- und Naturreisen an erster Stelle.



Die Fußläufigkeit der Innenstadt wird sehr positiv aufgefasst. Templin wird als sauber und sicher beschrieben die Aufenthaltsqualität im Naturraum sticht besonders positiv hervor.

(1 = sehr schlecht; 5 = sehr gut)

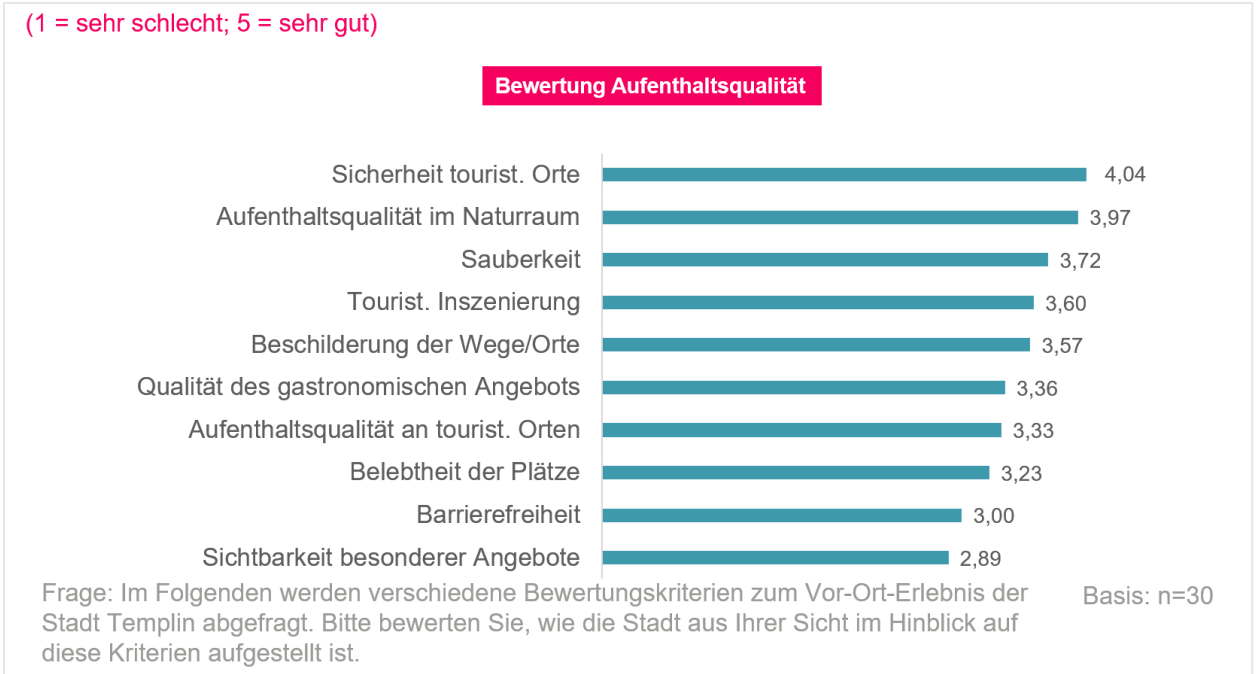


Abb. 16: Online-Leistungsträger:innen Befragung, Quelle: PROJECT M (2023)

- **Die Kurstadt Templin überzeugt insbesondere durch den historischen, sehr gepflegten und attraktiven Stadtkern mit der gut erhaltenen Stadtmauer. Mit Blick auf den kurörtlichen Charakter und Gesamtbild zeigen sich jedoch hinsichtlich Erlebnis- und Aufenthaltsqualität partiell Defizite.**
- **Damit zeigt sich insgesamt, dass Templin über eine breite Angebotsstruktur verfügt. Einzelne hochwertige, profilprägende und eigene Reiseanlässe auslösende Einzelangebote (z.B. NaturThermeTemplin) bieten eine sehr gute Basis zur Stärkung des Profilaufbaus und Positionierung im Wettbewerb.**
- **Dem gegenüber stehen deutlich sichtbare Service- und Erlebnislücken sowie Infrastrukturmängel, was dazu führt, dass das Wertschöpfungspotenzial nur bedingt ausgeschöpft werden kann.**





## STÄRKEN

Einzigartige Lage inmitten von Landschaftsschutzgebieten

**Historische Altstadt** Naturparkverwaltung zieht in Bürgergarten

Kurort-Prädikat (Seen, Wälder, Ruhe) **Naturnähe**

Multifunktionalität der Kurstadt Templin **Naturerlebnis mit hoher Qualität und Natürlichkeit**

Jugendbeauftragter **Hafen als** Gutes (über-)regionales touristisches Highlight **Radwegenetz**

**Gut erhaltene Stadtmauer** **NaturTherme** mit umfangreicher Wasserwelt **großes Kulturangebot & MKC als kultureller Austauschort**

Attraktion El Dorado **Hyparschale** **Austauschort**

**Veranstaltungen** Vielseitiges freizeittouristisches Angebot **Driving Center Groß-Dölln**

Fahrscheinfreier ÖPNV **Erreichbarkeit über die Havel** wenig Leerstände

**Shopping-Stadt** **Erreichbarkeit**

Gute PKW-Anbindung **Erreichbarkeit**

## SCHWÄCHEN

Verkehrssituation ÖPNV

**Schlechte Anbindung per Bahn**

mangelnde Identifikation mit dem Thema „Kur“ & Gesundheitstourismus

**AHORN Seehotel bedarf Aufwertung**

Geringes (klassisches) Wellnessangebot **Vandalismus**

**Schlechte Anbindung an und geringes Angebot in den Ortsteilen** **fehlende Sanitäranlagen und Gastronomie entlang der Rad- & Wanderwege**

**Zu geringes gastronomisches Angebot** **Zu wenige Veranstaltungen im Winter**

Entfernung Therme Innenstadt **El Dorado: teuer & wenig innovativ**

Verkehrsaufkommen & Verkehrsführung **Fehlendes gesundheits-touristisches Personal**

**Fehlendes Angebot Schlechtwettertage Jugendliche** keine Reha-Klinik

Einschränkungen durch Landschaftsschutzgebiete (behördliche Hürden)

**Winterzeit als schwache Nebensaison** Kurmeile nicht genügend in Wert gesetzt

Schwache Bewerbung als gesundheitstouristische Destination

Abb. 17: Stärken und Schwächen der Kurstadt Templin, Quelle: PROJECT M (2024)



## 4.4 Potenzialbestimmung für die zukünftige touristische Entwicklung der Kurstadt Templin und der Ortsteile

Die Evaluation der Kurstadtentwicklungskonzeption von 2012 hat deutlich gezeigt, dass Templin die vorhandenen Potenziale im eigentlichen Kernsegment Gesundheitstourismus nur teilweise und insgesamt noch zu unzureichend nutzt. Die Analyse der Positionsbestimmung der Kurstadt Templin hat dieses Ergebnis untermauert.

Die Leitidee „Thermalsoleheilbad Templin“ (2012) ist bis dato nur „einseitig“ geschärft worden und fokussierte sich vor allem auf die Erweiterung und Modernisierung des Thermen-Angebotes.

Im familientouristischen Bereich sind Maßnahmen, auch mit der Weiterentwicklung der Positionierung in 2017 erfolgt und partiell umgesetzt worden, gleichwohl zahlen diese nur eher geringfügig auf gesundheits- und aktivtouristische Aspekte / Themen ein.

Die Trends und marktseitigen Rahmenbedingungen im (Gesundheits-)Tourismus passen optimal zu den Gegebenheiten in Templin und definieren das (gesundheits-)touristische Potenzial. Essenzielle Aufgabe ist die Schärfung der Positionierung sowie das touristische Profil in der Differenzierung zum Wettbewerb zu stärken. Dafür gilt es, das (gesundheits-)touristische Angebot in Templin und den Ortsteilen qualitativ hochwertig und flächendeckend aufzubereiten. Vielmehr noch, weiterzuentwickeln und eine funktionierende und verbindende (kurörtliche) Infrastruktur bereitzustellen.



### Chancen

- Hoher Stellenwert von Natur und Gesundheit**
- Naturerlebnis**
- Nachfrage nach außergewöhnlichen und einzigartigen Erlebnissen
- Entgrenzung von Freizeit und Arbeit (Workation)
- Mehrgenerationenurlaub
- verstärkte Nachfrage nach Gesundheits- und Aktivangeboten
- Inwertsetzung Heilmittel
- Digitalisierung & Technologisierung
- Achtsamer Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Auszeiten
- Prädikat als Qualitätsindikator
- ZukunftsKURorte**
- Alltagsflucht
- Wunsch nach gemeinsamen Erlebnissen**
- Gemeinschaft - Miteinander**

Abb. 18: Marktseitige Chancen und Potenziale der Kurstadt Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

→ **Potenziale für die (gesundheits-)touristische Weiterentwicklung hat die Kurstadt viele; wichtig ist es den Fokus konsequent darauf zu richten.**









Um die Potenziale insofern erfolgreich in die Zukunft zu überführen, bedarf es künftig noch stärker die Stärken, Chancen und Potenziale als Fundament zu nutzen und die Kernherausforderungen zu Hauptaufgaben zu machen:



Abb. 21: Kernherausforderungen und Hauptaufgaben, Quelle: PROJECT M (2024)

Für die Kurstadt Templin und die Ortsteile gilt es insofern, die Besonderheit des Angebots deutlicher herauszustellen, ein Alleinstellungsmerkmal durch Kombination der Stärken zu entwickeln und ein besonderes Erlebnisprofil zu schaffen und zu kommunizieren. Konkret ist es hierfür erforderlich die vorhandenen Stärken der Kurstadt, wie z.B. das Naturerlebnis von hoher Qualität und Natürlichkeit, die historische Altstadt oder auch die NaturThermeTemplin auf Basis der vorhandenen Chancen (hoher Stellenwert von Natur und Gesundheit) zu stärken. Im Gegenzug gilt es Schwächen abzubauen. Im Ergebnis zeigen sich die im folgenden aufgezeigten Entwicklungspotenziale.

**Ausbau der Stärken auf Basis vorhandener Chancen**

Im Bereich Gesundheits- und Aktivtourismus steckt, auch im Landeskontext Brandenburg, enormes Potenzial. Speziell für Templin und deren Ortsteile und ganz konkret im Naturerlebnis in Verbindung mit Aktivität und Gesunderhaltung. An erster Stelle steht dabei die Qualifizierung sowie insbesondere die erlebnisorientierte Inwertsetzung des Heilmittels Sole. Das Heilmittel inszenieren und begehrt machen, in Produkten UND auch in der (Online-)Kommunikation bietet großes Potenzial. Eine klare Profilierung und Bewerbung als Familiendestination und -kurort, durch bspw. Erweiterung der (Aktiv-)Angebote in der umliegenden Natur- und Seenlandschaft, der gezielte Ausbau der Radinfrastruktur in Kooperation mit den übergeordneten Strukturen (niedrigschwelliger Gesundheitstourismus) sowie die Erweiterung des Gesundheitsangebotes (bspw. Wellness für Kinder) der NaturThermeTemplin um Angebote speziell für Familien (Mehrgenerationenansatz), zur Betonung der Einzigartigkeit der Familienprägung, kann Templin ein echtes Heraus- und Alleinstellungsmerkmal in der zukünftigen touristischen Weiterentwicklung bieten.

→ **Profilschärfung** durch Stärkung der Kernkompetenzen





## Überwindung der Schwächen auf Basis vorhandener Chancen

Zentrale Aufgabe ist, (vorhandene) Einzelangebote und thematisch passende Erlebnisse zu attraktiven Angebotskompositionen mit hohem Erlebnischarakter zu verknüpfen, dies in den Themenfeldern Gesundheit, Naturraum in Verbindung mit der Regionalität. An erster Stelle steht hierbei die Entwicklung von ganzjährig attraktiven Angeboten, um Wertschöpfungseffekte gleichmäßig und unabhängig von den Jahreszeiten zu erzielen. Der Fokus sollte dabei auf der Erweiterung des Gesundheits- und Wellness-Angebotes insbesondere auch für Familien in der NaturThermeTemplin liegen. Hierfür ist auch der Ausbau der Anbindung der Ortsteile notwendig, durch Maßnahmen wie beispielsweise einer höheren Taktung des ÖPNV oder Ergänzung des ÖPNV über Rufbusse o.ä.. Desweiteren ist die stärkere Vernetzung der verschiedenen Anbietenden in den Bereichen Gesundheit, Wellness, Hotellerie eine weitere wichtige Maßnahme. Um die Mitnahme und Identifikation aller handelnden Akteure und Entscheidungsträger:innen zu gewinnen und zu erhalten, ist der Ausbau des Tourismusbewusstseins in Politik, Verwaltung und bei Bevölkerung sowie die Vermittlung der Bedeutung des Tourismus als Lebensraum-, Wirtschafts- und Standortfaktor der Schlüssel zum Erfolg.

→ **Stärkere Vernetzung** der verschiedenen **Anbietenden**

## Minimierung der Bedrohungen durch gezielten Ausbau der vorhandenen Stärken

Ausbau des Gastgewerbes sowie Qualifizierung und Stärkung der Bestandhotellerie für Familien (z.B. Aufwertung des AHORN Seehotel zum Aushängeschild und Beherbergungshighlight für Familien), Stärkung des Einzelhandels und des Innenstadterlebnisses, durch z.B. Mehrfachnutzungen (verschiedene Nutzungen in Sommer- und Wintermonaten, Pop-Up-Orte), profilierende Qualifizierung von Personal sowie die moderne und attraktive Inszenierung des Kurort-Prädikates Ausbau sowie die Inszenierung vorhandener und zusätzlich benötigter kurörtlicher Infrastruktur (z.B. Kurmeile: Verknüpfung von Südstadt/Kurgebiet und Innenstadt über Kurmeile), um Templin als Kurstadt ein junges Image und damit Attraktivität für jüngere Zielgruppen zu geben, gilt es gezielt und kurzfristig anzugehen. Diese gestärkten Angebote sorgen für anspruchsvolle und in Erinnerung bleibende Erlebnisse mit gesundheitlichem Mehrwert entlang der gesamten Gäste-Erlebnis-Reise.

→ **Entwicklung und Inszenierung** ungenutzter (Potenzial-)Flächen



## 5. Fortschreibung der Kurstadtentwicklungskonzeption

Auf Basis und aufbauend auf der Evaluation der Konzeption von 2012 sowie der Bewertung der touristischen Ausgangssituation, Positionsbestimmung und der Ableitung der Potenziale für den (Gesundheits-)Tourismus in Templin, wurde ein gemeinsames Zukunftsbild mit Vision und Mission für die zukünftige touristische Entwicklung für die Kurstadt Templin und Ortsteile aufgestellt. Darüber hinaus formieren gemeinsame Leitlinien den Rahmen zur Erreichung der Ziele und das Fundament für die strategische (gesundheits-) touristische Entwicklung und Positionierung der Kurstadt Templin.

### 5.1 Vision, Mission und Erlebnisversprechen für den Tourismus in der Kurstadt Templin und Ortsteile

Um am Markt Gesundheitstourismus deutlich sichtbar zu werden, und sich im Wettbewerb zu behaupten, benötigt Templin ein klares und starkes Profil. Dieses soll die besonderen Stärken des Ortes aufgreifen und deutlich herausarbeiten / schärfen und beim Gast den Wunsch wecken, die Kurstadt Templin zu besuchen. Ein klares Profil kommuniziert das Leitbild nach innen und nach außen. Ein Leitbild gibt Orientierung, Motivation und Spielraum.

#### Vision

Die Vision beschreibt dabei das anvisierte Zukunftsbild, das mit der Umsetzung des Kurstadt- und Tourismuskonzeptes erreicht werden soll und dient als Ziel der künftigen Entwicklung der Kurstadt Templin mit deren Ortsteilen. Bei der Entwicklung einer Vision ist es wichtig, im Blick zu behalten, dass die Vision ein realistisches Ziel in der nicht zu fernen Zukunft beschreibt.

Zentrales Ziel der touristischen Entwicklung der Kurstadt Templin ist die Profilierung als attraktiver Standort für aktive Gesunderhaltung und sorgenfreien Aufenthalt. Die Möglichkeit, gemeinsame Zeit zu verbringen, „Geschichten zu schreiben“, Erlebnisse zu generieren. Im Ergebnis: Innen und außen im Einklang.

Die gemeinsam entwickelte Vision für die Kurstadt Templin lautet:

#### Führender Ort für aktive Familienerlebnisse und Gesundheit

**Vision**  
Höchstes Ziel  
Zukünftige  
Wirklichkeit

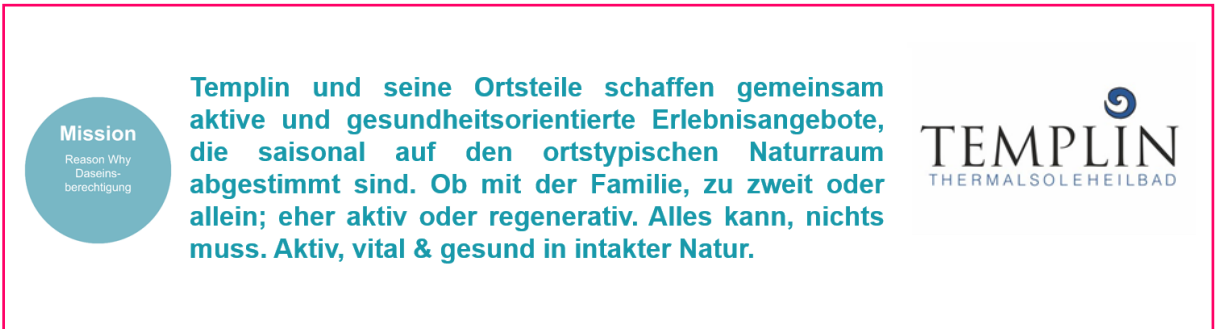
- **Führender Ort für aktive Familienerlebnisse und Gesundheit**
- Eines der „Best-Off-Produkte“ für aktive Gesunderhaltung und sorgenfreier Aufenthalt in Norddeutschland
- Gemeinsame Zeit, Geschichten schreiben
- Innen und außen im Einklang

**TEMPLIN**  
THERMALSOLEHEILBAD

Abb. 22: Vision für die Kurstadt Templin und Ortsteile, Quelle: PROJECT M (2024)  
Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzept der Stadt Templin | © PROJECT M 2024

## Mission

Die Mission beschreibt den Weg, wie die übergeordnete Vision im kollektiven Miteinander erreicht werden soll. Sie dient damit als Richtschnur des Handelns.



The image shows a mission statement for Templin and Ortsteile. On the left is a teal circle with the text 'Mission' and 'Reason Why Daseinsberechtigung'. To the right is the main mission text in teal: 'Templin und seine Ortsteile schaffen gemeinsam aktive und gesundheitsorientierte Erlebnisangebote, die saisonal auf den ortstypischen Naturraum abgestimmt sind. Ob mit der Familie, zu zweit oder allein; eher aktiv oder regenerativ. Alles kann, nichts muss. Aktiv, vital & gesund in intakter Natur.' On the far right is the logo for 'TEMPLIN THERMALSOLEHEILBAD'.

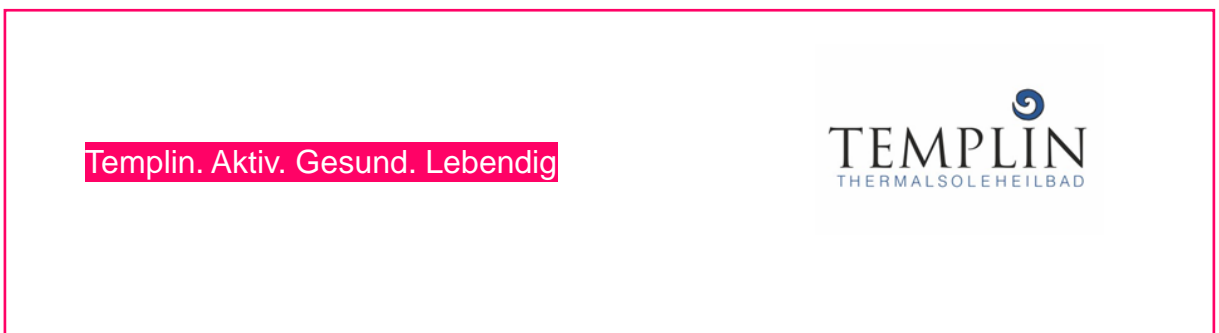
Abb. 23: Mission für die Kurstadt Templin und Ortsteile, Quelle: PROJECT M (2024)

Dies bedeutet im Detail:

- **Aktivität und Gesundheitsvorsorge im Fokus**
- Ganzheitliche Betrachtung (von Klein bis Groß); Fokus auf Familien, mittels Anwendungen, die wirken und erholen (z.B. „Urlaub von der Pflege“)
- Authentische Umsetzung des Themas in Verbindung mit größtmöglicher Nachhaltigkeit und unter Berücksichtigung des Einsatzes des ortsgebundenen Heilmittels Sole
- Thematische Inszenierung entlang der Gäste-Erlebnis-Reise im Einklang und Verbindung mit der Natur und Stadt / Regionalität
- Bewegende Erlebnisse: Gemeinschaftlich mit den umliegenden Ortsteilen, aktive und gesundheitsorientierte Erlebnisangebote

## Erlebnisversprechen

Im gemeinsamen Austausch mit der prozessbegleitenden Lenkungsgruppe wurden neben der Vision und Mission ein Erlebnisversprechen formuliert. Das Erlebnisversprechen wendet sich nach außen. Es vermittelt und beschreibt, was Gäste bei einem Besuch in der Kurstadt Templin erwarten dürfen:



The image shows the experience promise for Templin and Ortsteile. On the left is a pink box with the text 'Templin. Aktiv. Gesund. Lebendig'. On the right is the logo for 'TEMPLIN THERMALSOLEHEILBAD'.

Abb. 24: Erlebnisversprechen für die Kurstadt Templin und Ortsteile, Quelle: PROJECT M (2024)

Mit diesem Profilansatz und der erarbeiteten Vision „**Führender Ort für aktive Familienerlebnisse und Gesundheit**“ unterstützt Templin die landesweiten Entwicklungschancen in den Bereichen Bewegung und Entspannung. Die naturräumlichen Stärken Brandenburgs werden einerseits durch Einsatz des ortsgebundenen Heilmittels Templins – der Sole – und andererseits durch die zentrale Rolle der Seen und Wälder im Angebot in den Mittelpunkt gerückt.

Hauptquellmarkt für die Kurstadt Templin im (Gesundheits-)Tourismus ist der Norden von Deutschland und hier vor allem die neuen Bundesländer Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Die Überführung des Erlebnisversprechens in die kommunikative Ansprache ist dabei essenziell; so können auch „Mitnahmeeffekte“ von Gästen aus anderen, umliegenden Bundesländern erzielt werden. Gleichwohl ist der Fokus konsequent auf den Norden zu legen, um hier führend im gesundheitstouristischen Segment zu werden. Dies kann gelingen, wenn konsequent und prominent die Besonderheiten des Angebots der Kurstadt Templin und ihre Kernkompetenzen in den Bereichen Natur, aktives Erleben und Gesundheit mit dem Schwerpunkt aktive Gesunderhaltung bedient werden. Bewegende Erlebnisse: Gemeinschaftlich mit den umliegenden Ortsteilen, aktive und gesundheitsorientierte Erlebnisangebote seinen Gästen zu bieten, sind Wegweiser für die zukünftige Entwicklung der Kurstadt Templin. Mit dem Ziel, sich im bestehenden Wettbewerb der Vielzahl der Heilbäder und Kurorte in Deutschland abzuheben.



Bildquelle: PROJECT M (2024)

## 5.2 Leitziele für die Tourismusentwicklung

Mit der Vision sollen in den nächsten Jahren folgende strategische Leitziele für den (Gesundheits-)Tourismus in der Kurstadt erreicht werden:





	<b>Profilierung:</b>	<b>Aufbau eines identitätsstiftenden Images als Region für aktive Familienerlebnisse und Gesundheit</b>
	<b>Wertschöpfung &amp; Wachstum:</b>	<b>Steigerung der Wertschöpfung und lokaler / regionaler Wertschöpfungsketten</b>
	<b>Qualität:</b>	<b>Steigerung der Erlebnis- und Lebensqualität</b>
	<b>Netzwerk und Kooperationen:</b>	<b>Steigerung von Kooperationen und Zusammenarbeit</b>

Abb. 25: Leitziele der Tourismusentwicklung in Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Zur konsequenten Messung und laufenden Überprüfung der Zielerreichung sind alle Ziele durch konkrete Controlling-Kennziffern operationalisiert. Durch diese Messindikatoren ist ein schnelles Reagieren und ggf. Nachjustieren bei der Maßnahmenumsetzung sichergestellt.



Abb. 26: Controlling-Kennziffern für die Leitziele der Tourismusentwicklung in Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

## 6. Positionierungsstrategie für die Kurstadt Templin und ihrer Ortsteile

Die Positionierungsstrategie für den (Gesundheits-)Tourismus in der Kurstadt Templin ist das Fundament für die künftige ziel(gruppen)gerechte Entwicklung und Aufbereitung touristischer Produkte, Angebote, Aufenthaltspakete und Service- und Erlebnisketten. Durch die Verschneidung von Charaktermerkmalen, Leitzielgruppen, Erlebnisprofilen und Leitthemen/-produkten ebnet sie den Weg hin zu einer klaren Profilierung über gesteigerte Sichtbarkeit, Attraktivität und kontinuierliche Marktdurchdringung.

### 6.1. Charaktermerkmale der Kurstadt Templin

Charaktermerkmale beschreiben, was eine Destination themen- und produktübergreifend ausmacht. Sie zeigen auf, wie sich der Ort, die Stadt, die Region anfühlt, samt ihren Erlebnissen.

Sie geben grundlegende Orientierung für die Stadt und ihre Partner:innen. Dabei gilt es, die Charaktermerkmale zukünftig in der Inspiration über die Informationsphase bis zum Gästelerlebnis vor Ort an persönlichen Kontaktpunkten und im Servicedesign spürbar und erlebbar zu machen. Hierzu zählen Ankommens- und / oder Willkommenssituationen in der Beherbergung ebenso wie Besuchendenlenkung, Beschilderung und Möblierung im Raum etc.



Abb. 27: Werte & Charaktermerkmale für den Tourismus in Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Die gemeinsam definierten Wortpaare „miteinander aktiv“, „unbeschwert erlebnisreich“ und „naturverbunden gesund“ wurden auf Basis der Kernthemen Naturerlebnis, Wellness und Aktivität in der Lenkungsgruppe erarbeitet. Auch sie zahlen auf die Marke Brandenburg ein und heben zentrale Elemente des brandenburgischen Tourismus hervor. Und sie ermöglichen es, das vielfältige Angebot Templins von Naturerlebnissen an Seen und in Wäldern, an Wellness und aktiver Gesunderhaltung und auch Ereignisse und Erlebnisse mit kulturellem, städtischem Charakter, zielgruppen- und marktgerecht zu meistern: Vielmehr noch sind sie darüber hinaus verbindendes Element von Tourismus und Lebensraum: Miteinander aktiv, auch im Sinne von Miteinander von Einheimischen, Gästen und Leistungsträger:innen gleichermaßen. „Unbeschwert erlebnisreich“ konnotieren insbesondere den Schwerpunkt in der gesundheitstouristischen Ausrichtung. Im Fokus der Ansprache stehen ganz klar Gäste, die aktiv etwas für ihre Gesunderhaltung tun möchten, entspannen und auch einmal unbeschwert ab- und eintauchen können, in schönster Natur mit der Kraft der Natur (Sole).



## 6.2 Erlebnisprofile und Leitthemen

Erlebnisprofile und Leitthemen stellen wichtige strategische Leitplanken für die gesamte Entwicklung des Tourismus der Kurstadt Templin mit deren Ortsteilen dar. Gemeinsam, nachstehend grafisch dargestellt in der Form eines sog. „Positionierungshauses“, bilden sie mit dem höchsten Ziel, den Charakterwerten und dem Erlebnisversprechen, die Zielsetzung für die touristische Entwicklung, für die Kurstadt Templin. Und für ihre Partner:innen sowie auch die Leistungsträger:innen.

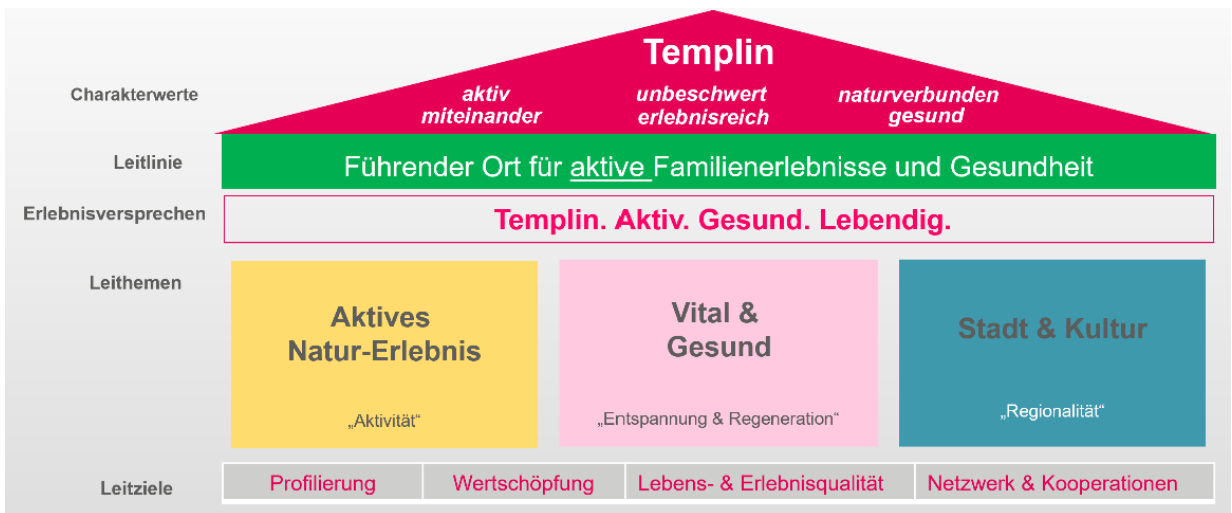


Abb. 28: Positionierungsstrategie für den Tourismus der Kurstadt Templin mit Erlebnisprofilen / Leitthemen, Quelle: PROJECT M (2024)

Fortan fokussiert die Kurstadt sich – für die angestrebte konsequent nachhaltige Gestaltung des (Gesundheits-)Tourismus in Templin und den Ortsteilen – in der aktiven Marktbearbeitung auf die drei Erlebnisprofile „Aktives Natur-Erlebnis“, „Vital & Gesund“ und „Stadt & Kultur“. Durch diese drei Leithemen werden die Stärken der Kurstadt Templin betont und gestärkt und eine gezielte und klare Profilierung sowie Abgrenzung zu den Mitbewerbern, vor allem im Segment der Heilbäder und Kurorte, erlangt.

- Mit diesen drei Erlebnisprofilen ist das Fundament für eine eindeutige Themenkompetenz der Kurstadt Templin und in Folge für eine Angebotsentwicklung, fokussiert und differenziert sowie von überragender Qualität gelegt.
- Um eine klare, eindeutige Profilierung zu erreichen und die für die Kurstadt relevanten Themen so zu kommunizieren, dass Aufmerksamkeit bei den richtigen Gästen geweckt wird, ist es zukünftig (wie in den vereinbarten zukünftigen Maßnahmen verankert) erforderlich, gemeinschaftlich Leitprodukte zu entwickeln, die auf die Kurstadt und ihre Kernkompetenzen aufmerksam machen.

Entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung des angestrebten Profils ist insofern die Entwicklung von Angeboten, die auf alle drei Erlebnisprofile/-säulen einzahlen und bei denen der (gesundheitliche) Mehrwert für den Gast bzw. Nutzenden klar erkennbar ist. Im Fokus muss die Entwicklung von mehrwertschaffenden, profilstärkenden Leistungsketten stehen. Dies bedeutet und bedarf einer inhaltlichen Verbindung und Vernetzung der drei Leitthemen, die sich in der Entwicklung von pointierten Leitprodukten konkretisiert und die Bedürfnisse der Gäste umfänglich bedient.

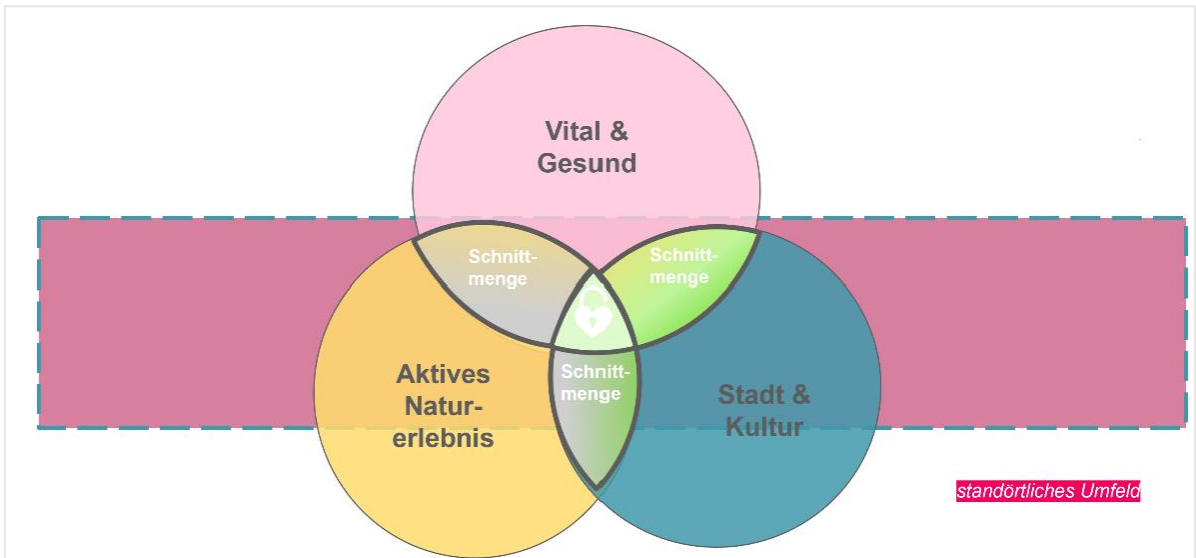


Abb. 29: Entwicklungsansatz Leitprodukte für den Tourismus in Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Dies können beispielsweise Aufenthaltspakete für Familien sein, die das aktive Naturerlebnis mit den Themen Gesundheit und Regionalität bedienen, wie in nachfolgender Abbildung veranschaulicht. Diese Basisüberlegungen gilt es im Rahmen der Produktentwicklung mit der Arbeitsgruppe Produktentwicklung weiterzuentwickeln und zu spezifizieren sowie vermarktungsreif auszuarbeiten sowie für weitere attraktive Zielgruppen zu entwickeln.

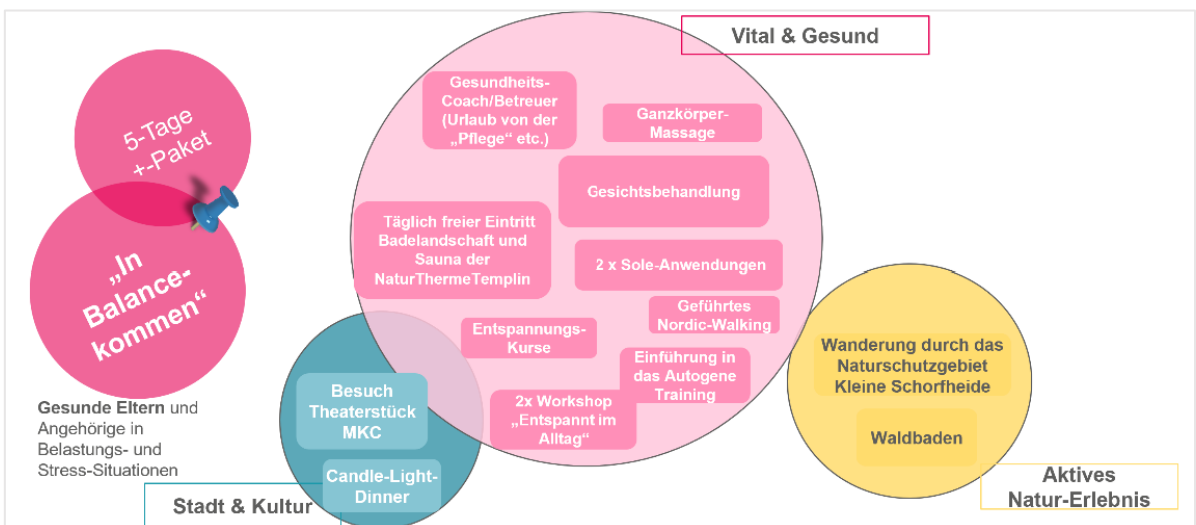


Abb. 30: Angebotsbeispiel: Sorgenfreier Gesundheitsurlaub aus Sicht einer Familie, Quelle: PROJECT M (2024)

## 6.3 Leitzielgruppen für den Tourismus

Zur erfolgreichen Implementierung der Erlebnisprofile in Produkte, Angebote, Aufenthaltspakete, Services und auch Marketingaktivitäten wurden aufbauend auf der Zielgruppen-Segmentierung Brandenburgs anhand der BEST-Segmentierung (Intensivurlauber und Eintaucher) und der bestehenden Kernzielgruppe Templins, Familien, für die Kurstadt Templin und deren Ortsteilen zwei Leitzielgruppen hergeleitet, weiter konkretisiert und definiert:

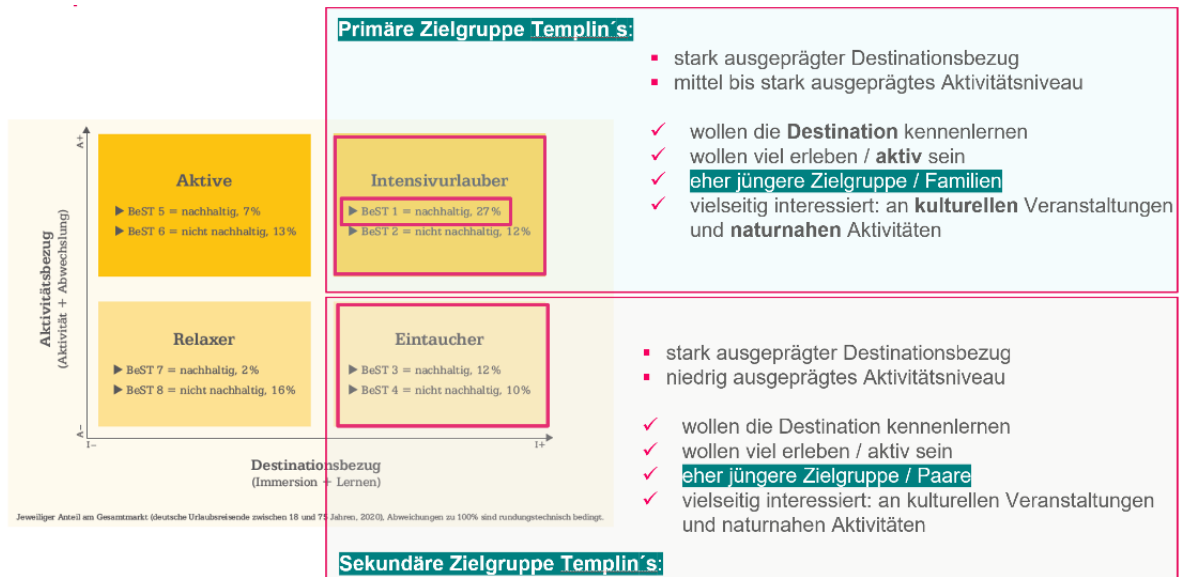


Abb. 31: Kern- Zielgruppe(n) für den Tourismus in Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Im Fokus der Kern-Zielgruppe „Intensivurlauber“ stehen eher jüngere Familien im weiteren Sinne, d.h. in unterschiedlichsten Konstellationen wie Eltern mit kleineren bzw. jüngeren Kindern, Großeltern mit Enkeln, Alleinerziehende, befreundete Familien, Familiengruppen und weitere (siehe auch Potenzialanalyse Gesundheitstourismus Templin, PROJECT M (2017), wobei einerseits explizit die Kinder im Mittelpunkt stehen und andererseits die Eltern, Großeltern als Impulsgeber für eine Lebensstilmodifikation für die gesamte Familie oder für eine Entlastung von Belastungs- und Stress-Situationen. Die sekundäre Zielgruppe der Eintaucher (Paare, Singles, Familien) ist überwiegend interessiert am Eintauchen in natur- als auch kulturnahe Themen mit Nähe zum Ursprünglichen, ergänzt durch eher leichte (sportliche) Aktivitäten. Templin fokussiert dabei stets Reisen zum aktiven Urlauben, Gesunderhaltung und Prävention sowie ergänzend mit o.a. weiterem zukünftigen Potenzial für sorgenfreien Urlaub für die ganze Familie. Diese wollen im Urlaub viel erleben, aktiv in der Natur sein, gemeinsame Zeit verbringen, entspannen, Stress abbauen.

→ **Durch die Fokussierung auf die Leitzielgruppen und hier insbesondere die primäre Zielgruppe Familien gelingt eine äußerst maßgeschneiderte Ausrichtung sowie Gestaltung von Erlebnissen, Angeboten und Services.**

Der Fokus auf die Leit- bzw. Kernzielgruppe(n) bedeutet gleichwohl keineswegs, dass Gäste aus anderen Segmenten, die andere Bedürfnisse, Interessen und Wünsche aufzeigen, nicht willkommen sind.



## 7. Umsetzungsfahrplan und Handlungsprogramm

Kurstadt- und Tourismusedwicklung stellt eine Gemeinschaftsaufgabe dar. Diese Aufgabe muss von allen touristischen Akteur:innen (mit)getragen werden. Mit Gleichklang in Zielen, dem Verständnis und dem Bekenntnis zur gemeinsam erarbeiteten Positionierungsstrategie der Kurstadt Templin mit ihren Ortsteilen. Nur durch ein gemeinsames Bekenntnis und eine starke Zusammenarbeit gelingt es, die gemeinsam definierten Ziele erfolgreich umzusetzen sowie vorhandene Potenziale und Möglichkeiten optimal auszuschöpfen und die Kurstadtentwicklung und Tourismusedwicklung für Templin mit ihren Ortsteilen auf einen möglichst optimalen Weg zu bringen.

Im Rahmen des Prozesses der Fortschreibung der Kurstadt- und Tourismusedwicklungskonzeption wurden insgesamt über 70 Maßnahmen eingebracht, die fachlich geprüft, strukturiert, nach Handlungsbereichen und -feldern geclustert und mit einer Verantwortlichkeit unterlegt wurden. Die nach diesem Prozess 63 übrigen Maßnahmen wurden gemeinsam mit der Lenkungsgruppe priorisiert und gemeinsam 15 Schlüsselmaßnahmen bzw.-projekte daraus abgeleitet.

### 7.1 Handlungsbereiche und Schlüsselprojekte zum Umsetzungsstart

Um die definierten Ziele zu erreichen, muss die Stadt Templin strategisch handeln. Dafür wurden insgesamt die folgenden vier strategischen Handlungsbereiche definiert, die maßgeblich auf das Erreichen der Leitziele einzahlen, und denen einzelne Maßnahmen zugeordnet werden können.

- **Profil und Marke**
- **Produkte und Angebote**
- **(Gesundheits-)touristische Infrastruktur**
- **Strukturen und Finanzierung**

Die Querschnittsthemen **Nachhaltigkeit und Klimaschutz, Digitalisierung, Barrierefreiheit und Qualität und Qualifizierung** sind wesentliche Aspekte, die dabei konsequent berücksichtigt werden. In dem gemeinsamen Prozess unter Einbindung der Lenkungsgruppe wurden gezielte Maßnahmen und Schlüsselmaßnahmen in den Handlungsbereichen erarbeitet, die Ziele, Verantwortungen, Meilensteine, den zeitlichen Horizont, die Kostenzuordnung und ein Monitoring mit messbaren Kriterien festgelegt. Die Schlüsselmaßnahmen leisten die entscheidenden Impulse und gewährleisten Mitnahme- und Wirkungseffekte für den Umsetzungsprozess.

Handlungsbereiche Querschnittsthemen	PROFIL & MARKE	PRODUKTE & ANGEBOTE	(GESUNDHEITS-) TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR	STRUKTUREN & FINANZIERUNG
NACHHALTIGKEIT & KLIMASCHUTZ DIGITALISIERUNG BARRIEREFREIHEIT QUALITÄT & QUALIFIZIERUNG	Themen & Prädikat	Profilierende Produkte	Basisinfrastruktur (Mobilität / Wegeinfrastruktur)	Organisation
	Zielgruppen	Profilstützende Produkte	Suprastruktur (Beherbergung, Klinik, Gastro)	Finanzierung
	Kommunikation & Vermarktung	Ergänzende Produkte	Erholungs- & Gesundheitsinfrastruktur	Vernetzung & Kooperation

Abb. 32: Strategische Handlungsbereiche und Handlungsfelder, Quelle: PROJECT M (2024)

Als **Schlüsselmaßnahmen bzw. -projekte** werden jene Projekte bezeichnet, die entscheidende Impulse und Wirkungseffekte für den Umsetzungsprozess leisten. Im Idealfall beeinflussen sie mehrere Handlungsfelder positiv und stellen eine Aktivierung und Mitwirkung aller am Tourismus Beteiligten sicher. Insgesamt wurden mit der Lenkungsgruppe folgende **15 Schlüsselmaßnahmen** festgelegt und inhaltlich sowie organisatorisch definiert:

- Kommunikationskonzept zur zielgruppengerechten Ansprache
- Optimierung der Social-Media-Aktivitäten
- Abgestimmte Produktentwicklung für den Zielgruppenbereich Familien im Bereich „Urlaub zur Gesunderhaltung“ als Leitangebot für das geschärfte Profil
- Schaffung konkreter moderner Gesundheitsangebote (für Selbstzahlende)
- Erlebnisraumkonzeption für Templin und Stadtteile mit attraktiven Arealen
- Initiierung der Produktentwicklung / Weiterentwicklung von Leitprodukten
- Erweiterung der öffentlichen sanitären Einrichtungen (Toiletten)
- Erhöhung der Barrierefreiheit, besonders in der Innenstadt und Kuranlage
- Qualitätsoffensive im Gastgewerbe
- Ausbau und Inszenierung vorhandener und zusätzlich benötigter kurörtlicher Infrastruktur
- Umsetzung eines familieneigneten MTB-Parcours und Trail Netzes
- Schaffung eines auf Vital & Gesund ausgerichteten Angebotes
- Fortführung Lenkungsgruppe Kurstadtentwicklung
- Aktivierung der Arbeitsgruppe Produktentwicklung
- Aufbau und Implementierung des Netzwerks von Anbietenden und Fachpersonal in den Themen Gesundheit, Natur und Kultur

→ **Um wichtige Impulse für die langfristige Optimierung des Tourismus in Templin zu geben und die weitere Aktivierung und Mitnahme aller beteiligten Akteure sicherzustellen, soll der Umsetzungsbeginn zeitnah angesetzt werden.**



Handlungsbereich (1) PROFIL & MARKE			
	Maßnahme	Verantwortung	Zeithorizont
1.1	▪ Konzeption zur Inszenierung und Inwertsetzung der Sole auch außerhalb der Natur-Therne	Stadt, NTT & Partner	ab Q2-3/2024
1.2	▪ Vermarktung der Produkte und Packages über Netzwerkpartner/ Tourismusverbände	Stadt, TMT, TMU & Partner	ab Q3/2024
1.3	▪ Weiterentwicklung der Homepage – Themen und Bildwelten gezielter einsetzen	Stadt & TMT	ab Q3/2024
1.4	▪ Unterstützung der Leistungsträger:innen in der Online-Sicht- und Buchbarkeit	TMU, TMB & Partner	ab Q3/2024
1.5	▪ Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes zur zielgruppengerechten Ansprache inkl. Corporate Designs mit Handreichungen für die <u>Leistungsträger:innen</u> und Grundlagen für die Vermarktung	TMT & Partner	ab Q4/2024 Fortlaufend
1.6	▪ Optimierung der Social-Media-Aktivitäten – Planung der Beiträge auf Basis der Erlebnisprofile und Zielgruppen, mit passendem Bildmaterial und inspirierenden Geschichten; Intensivierung von kooperativen und synergetischen Ansätzen (zusammen mit touristischen Partnern bzw. Anbietenden von Erlebnissen und Aktionen)	Stadt, TMT & Partner	ab Q1/2025 Fortlaufend
1.7	▪ Umsetzung des Kommunikationskonzeptes inklusive Adaption der Medien und fortlaufendem Monitoring	TMT & NTT	ab Q1/2025
1.8	▪ Umsetzung der entwickelten Positionierungsstrategie und laufendes Monitoring der Leitziele und Zielgrößen	Stadt TMT, LG Kurstadtentwicklung & Partner	ab Q2/2025
1.9	▪ Konkretisierung der Zielgruppenstrategie nach Bedarf und Anforderung	Stadt, Partner & LG Kurstadtentwicklung	ab Q2/2025

Abb. 33: Maßnahmen Handlungsbereich Profil und Marke, Quelle: PROJECT M (2024)

Handlungsbereich (2) Produkte und Angebote			
	Maßnahme	Verantwortung	Zeithorizont
2.1	▪ Abgestimmte Produktentwicklung für den Zielgruppenbereich Familien im Bereich „Urlaub zur Gesunderhaltung“ als ein Leitangebot für das geschärfte Profil	AG Produktentwicklung	ab Q2-3/2024
2.2	▪ Entwicklung und Umsetzung einer jährlichen Veranstaltung/ Event in den entwickelten Profiltiteln für die Zielgruppen (Familienparcours, Gesundheitstage etc.)	Stadt & Partner	ab Q2-3/2024
2.3	▪ Schaffung konkreter moderner Gesundheitsangebote (für Selbstzahler) durch z.B. Waldbaden, Wellness etc. und auch hier Inhalte von Sole neu formulieren und zeitgemäß interpretieren – Bereich „Urlaub mit gesundem Mehrwert“	Stadt & Partner	ab Q3/2024
2.4	▪ Entwicklung und Einrichtung von Sole-Spots auf Basis des entwickelten Konzeptes zur Inszenierung des Heilmittels: In (Online-) Kommunikation und Produkten (Erlebnis- und Bewegungsgradierwerk z.B. als Labyrinth)	Stadt & Partner	ab Q3/2024
2.5	▪ Schaffung von speziellen (Indoor)-Angeboten für Kinder und Jugendliche	Stadt & Partner	ab Q3/2024
2.6	▪ Optimierung kultureller Begegnungsorte durch Angebotserweiterung des MKC, Inszenierung der Hyparschale und angebotsseitige Vernetzung mit Bürgergarten	Stadt, MKC, Hyparschale	ab Q3/2024
2.7	▪ Ausbau der (Aktiv-) Angebote in umliegender Natur- und Seenlandschaft und in Templin, um hohe Erlebnisansprüche der Gäste zu befriedigen	Stadt & Partner	ab Q3/2024
2.8	▪ Produktschulung/ Weiterqualifizierung der touristischen Akteure	TMT	ab Q3/2024
2.9	▪ Digitale Erlebbarkeit von Angeboten als Zusatznutzen einführen – speziell Sehenswürdigkeiten und Erlebniswege (QR-Codes etc.)	Stadt & Partner	ab Q3/2024
2.10	▪ Entwicklung einer „Gästereise“ für den idealen Templin-Erlebnis- & Gesundheitsaufenthalt	TMT & Partner	ab Q3/2024
2.11	▪ Erlebnisraumkonzeption für Templin und Stadtteile mit attraktiven Arealen, die durch erlebbare Verknüpfung den Gesamterlebnisraum „Kurstadt“ darstellen	Stadt & Partner	ab Q4/2024 Fortlaufend
2.12	▪ Initiierung der Produktentwicklung / Weiterentwicklung von Leitprodukten (Profiltiteln): zielgruppenspezifischen Packages / Pauschalangeboten als Kombination aus Gesundheit, Natur und Kultur – Auswahl und Vernetzung passender Leistungsanbieter	Stadt & Partner	ab Q1/2025 Fortlaufend
2.13	▪ Abgestimmte Produktentwicklung für den Zielgruppenbereich Familien im Bereich „Sorgenfreier Urlaub“ zu einem stimmigen Familienangebot (Betreuung, Entlastung, Balance) als ein Leitangebot für das geschärfte Profil	AG Produktentwicklung	ab Q2/2025

Abb. 34: Maßnahmen Handlungsbereich Produkte und Angebot, Quelle: PROJECT M (2024)



Handlungsbereich (3) (Gesundheits-) Touristische Infrastruktur		Schlüsselmaßnahme	
Maßnahme		Verantwortung	Zeithorizont
<b>Basisinfrastruktur</b>			
3.1	▪ Thema Barrierefreiheit in Kommunikationsmittel integrieren	Stadt & Partner	ab Q2/2024
3.2	▪ Erhöhung der Barrierefreiheit, besonders in der Innenstadt und Kuranlage	Stadt, Partner & touristische Leistungsträger	ab Q3/2024 Fortlaufend
3.3	▪ Erweiterung der öffentlichen sanitären Einrichtungen (Toiletten)	Stadt	ab Q3/2024 Fortlaufend
3.4	▪ Wiederbelebung der Terrainkurwege entlang der Seen als Orte der Ruhe	Stadt	ab Q3/2024
3.5	▪ Abgleich und Umsetzung der Maßnahmen des integrierten Klimaschutzkonzepts der Stadt Templin	Stadt	Q3/2024
3.6	▪ Qualitätsausbau der Rad- und Wanderwegeinfrastruktur, insbesondere unter dem Aspekt der Primärprävention / betriebliche Gesundheitsförderung / Gesundheitsförderung	Stadt	ab Q3/2024
3.7	▪ Konzeption (Mobilitätskonzept) zur höheren Taktung des ÖPNVs und Einführung eines Rufbusses zur verbesserten Anbindung der Ortsteile	Stadt & ÖPNV-Anbietende	ab Q3/2024 Fortlaufend
3.8	▪ Ausbau von (digitalen) Erlebnisstationen / touristische Inszenierung entlang der Rad- und Wanderwege (z.B. Einrichtung und Instandhaltung von Erlebnispunkten / Foto-Spots über die Ortsteile verteilt)	Stadt	ab Q4/2024
3.9	▪ Ausbau von Schutzhütten entlang der Rad- und Wanderwege	Stadt	ab Q4/2024
3.10	▪ Gezielte Weiterentwicklung der alternativen Modelle für Alltagsverkehr in der Stadt zur Reduzierung der Emissionen	Stadt	ab Q4/2024
3.11	▪ Einsatz von umwelt- und energiefreundlichen Fahrzeugen im ÖPNV und in den kommunalen Einrichtungen und Ladestationen für Autos und E-Bikes	Stadt & ÖPNV-Anbietende	ab Q1/2025
<b>Suprastruktur</b>			
3.12	▪ Qualitätsoffensive im Gastgewerbe – stetige Modernisierung und Aufwertung der Leitbetriebe und insgesamt des gastgewerblichen Angebotes	Stadt & Gastgewerbe	ab Q3/2024 Fortlaufend
3.13	▪ Ausbau und Inszenierung vorhandener und zusätzlich benötigter kurörtlicher Infrastruktur z.B. Kurmeile: Verbindung von Innenstadt und Kurgebiet	Stadt	ab Q3/2024 Fortlaufend
3.14	▪ Qualitätsoffensive in Gastronomie hinsichtlich Barrierefreiheit, Unverträglichkeiten etc.	Stadt & Gastronomiebetriebe	ab Q3/2024
3.15	▪ Umsetzung des Vorhabens „Gutshof und Gutspark Herzfelde“ in Herzfelde	ANH Hausbesitz GmbH & Co KG, Arnsberg/Berlin und Stadt	ab 2025
3.16	▪ Schaffung eines auf Vital & Gesund ausgerichteten, höher segmentierten Angebotes (4 Sterne) – idealerweise mit Fokus Familie und Integration des Aspektes „Sorgenfreier Urlaub“	Stadt & Investoren, Betreiber	ab 2025 Fortlaufend
<b>Aktivitätsinfrastruktur</b>			
3.17	▪ Entwicklung eines Kinderradweges zum Ausbau von familienfreundlicher Aktivitätsinfrastruktur (in Natur und Wald)	Stadt	ab Q4/2024
3.18	▪ Ausbau des wassergebundenen Angebotes durch Entwicklung eines Wasserspielplatzes	Stadt & Partner	ab Q4/2024
3.19	▪ Ausbau von (digitalen) Erlebnisstationen/ touristische Inszenierung entlang der Kurmeile (z.B. Bogenschießen, Minigolf, verbindender Erlebnisweg zum Thema Sole etc.)	Stadt	ab Q4/2024
3.20	▪ Attraktivierung des Spielplatzes an der Kurmeile	Stadt	ab Q4/2024
3.21	▪ Ausbau von (digitalen) Erlebnisstationen/ touristische Inszenierung im Bürgergarten	Stadt	ab Q4/2024
3.22	▪ Umsetzung eines familieneigneten MTB-Parcours und Trailnetzes auf Grundlage vorliegender Grundkonzeption und Machbarkeitsprüfung	Stadt	ab Q4/2024 Fortlaufend
3.23	▪ Entwicklung von Sport- und Bewegungsparks zur Stärkung der Gesundheits- und Bewegungskompetenz für Gäste und Einheimische (Stadion, Bürgergarten, Kurmeile)	Stadt	ab Q4/2024
3.24	▪ Ausarbeitung von zusätzlichen „Attraktionspunkten“ in den zu entwickelnden Erlebnisräumen, um die „Vernetzung“ und Umsetzung des Profils zu gewährleisten und, um weitere Akteure mitzunehmen	Stadt, Partner und Investoren, Betreiber	ab 2025



Abb. 35: Maßnahmen Handlungsbereich (Gesundheits-) Touristische Infrastruktur, Quelle: PROJECT M (2024) Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzept der Stadt Templin | © PROJECT M 2024




Handlungsbereich (4) Strukturen und Finanzierung			
	Maßnahme	Verantwortung	Zeithorizont
<b>Organisation</b>			
4.1	▪ Umsetzungsverantwortung festlegen	Stadt	ab Q2/2024
4.2	▪ Installation und Pflege einer Datenbank aller Leistungsträger	TMT	ab Q2/2024
4.3	▪ Regelmäßige Evaluation mit den Leistungsträger:innen und der Bevölkerung zur Schaffung von Identifikation und Bewusstsein für den Tourismus	Stadt	ab Q3/2024
4.4	▪ Einführung von Monitoring-Maßnahmen zur regelmäßigen Überprüfung der Strategie und Positionierung	Stadt	ab Q3/2024
4.5	▪ Gemeinsame, vergleichbare Durchführung von Gäste- und Leistungsträger:innenbefragung als Controlling- Grundlage	Stadt, NTT, TMT & AHORN Seehotel	ab Q3/2024
4.6	▪ Übergreifende Qualitätsoffensive und -management zur weiteren Profilierung der Angebote und Produkte → in Analogie zu Service Q	Stadt & externer Coach	ab Q3/2024 Fortlaufend
4.7	▪ Ausarbeitung gemeinsamer Qualitätsstandards für die Templin und Ortsteile (Unterkünfte, Restaurants etc.)	Stadt & Partner	ab Q3/2024 Fortlaufend
4.8	▪ Laufende Qualitätskontrolle / Monitoring Qualitätsstandards (Mystery-Checks etc.)	Stadt & Partner	ab Q3/2024 Fortlaufend
4.9	▪ Regelmäßiges externes Monitoring	Stadt & externe Partner	ab Q4/2024 Fortlaufend
<b>Finanzierung</b>			
4.10	▪ Konzept zur Umlagefinanzierung von gesundheitstouristischen Angeboten	Stadt	ab Q2/2024
4.11	▪ Prüfung der Tourismusfinanzierung durch Anpassung der Kurbeitragsatzung zur Gewinnung von zusätzlichen Mitteln für tourismusbezogene kommunale Aktivitäten	Stadt	ab Q1/2026
<b>Vernetzung und Kooperation</b>			
4.12	▪ Fortführung Lenkungsgruppe Kurstadtentwicklung zum Austausch zum Fortschritt des Prozesses, Partnersuche, Produktentwicklung etc. 	Stadt & Partner	ab Q2/2024 Fortlaufend
4.13	▪ Aktivierung der Arbeitsgruppe Produktentwicklung 	Stadt & Partner	ab Q2/2024 Fortlaufend
4.14	▪ Aufbau und Implementierung eines Netzwerks von Anbietenden und ausreichendem Fachpersonal in den Themen Gesundheit, Natur und Kultur 	Stadt & Partner	ab Q2-3/2024 Fortlaufend
4.15	▪ Medizinische Vernetzung (strategische Partnerschaften/Kooperationen) v.a. mit der Sana-Klinik zur Erweiterung und Ausbau der medizinischen Kompetenz	Stadt & Partner (Sana-Klinik etc.)	ab Q2 2024 Fortlaufend
4.16	▪ Investoren- und Betreibergewinnung für weitere profilstärkende Übernachtungs- und Gesundheitsangebote sowie Werbemaßnahmen	Stadt & Investoren, Betreiber	ab Q3/2024
4.17	▪ Einbindung bzw. Kooperation mit allen Sportvereinen Templins anstoßen	Stadt & Sportvereine	ab Q3/2024

Abb. 36: Maßnahmen Handlungsbereich Strukturen und Finanzierung, Quelle: PROJECT M (2024)



Die ausgewählten 15 Schlüsselmaßnahmen wurden in Vorbereitung auf die Umsetzung in einen Zeitplan für die nächsten 3 Jahre (2024 – 2026) überführt und in eine zeitliche Reihenfolge nach Startzeitpunkt gebracht. Dabei erfolgte in Abstimmung mit den Umsetzungsverantwortlichen der Stadt Templin und der TMT eine Einordnung nach Verfügbarkeiten von zeitlichen und monetären Ressourcen, um eine Überforderung bzw. einen zu hohen zeitlichen Druck zu vermeiden.

Wie der nachfolgenden Abbildung entnommen werden kann, gilt es zunächst die strukturellen Grundlagen zu legen (Handlungsbereich (HB) 4 Strukturen und Finanzierung), speziell die Fortführung der Lenkungsgruppe Kurstadtentwicklung und die Aktivierung der AG Produktentwicklung, gefolgt vom Aufbau und der Implementierung des Netzwerkes von Anbietenden und Fachpersonal in den Profilt Themen Gesundheit, Natur und Regionalität.

Darauf aufbauend steht auch noch in 2024 die Produktentwicklung für den Zielgruppenbereich Familien und moderner Gesundheitsangebote für Selbstzahlende auf dem Fahrplan (HB 2 Produkte und Angebot). Im Bereich HB 3 (Gesundheits-)touristische Infrastruktur sind zeitnah die prädikatsrelevanten Maßnahmen der öffentlichen sanitären Anlagen, die Erhöhung der Barrierefreiheit, die Qualitätsoffensive im Gastgewerbe, der Ausbau und die Inszenierung sowie gezielte Erweiterung der kurörtlichen Infrastruktur und auch ergänzend die Vorbereitung zur Umsetzung des familiengeeigneten MTB-Parcours und Trailnetzes in Angriff zu nehmen. Parallel dazu steht die Erlebnisraumkonzeption mit attraktiven Erlebnisarealen in Templin und den Ortsteilen an, damit auch diese über die Umsetzung des Kommunikationskonzeptes und die Optimierung der Social-Media-Aktivitäten (beides HB 1 Profil und Marke) vermarktet werden können. Hierzu bedarf es auch der Leitprodukte und idealerweise eines auf Vital(ität) & Gesund ausgerichteten (neuen/weiteren) infrastrukturellen Angebotes.

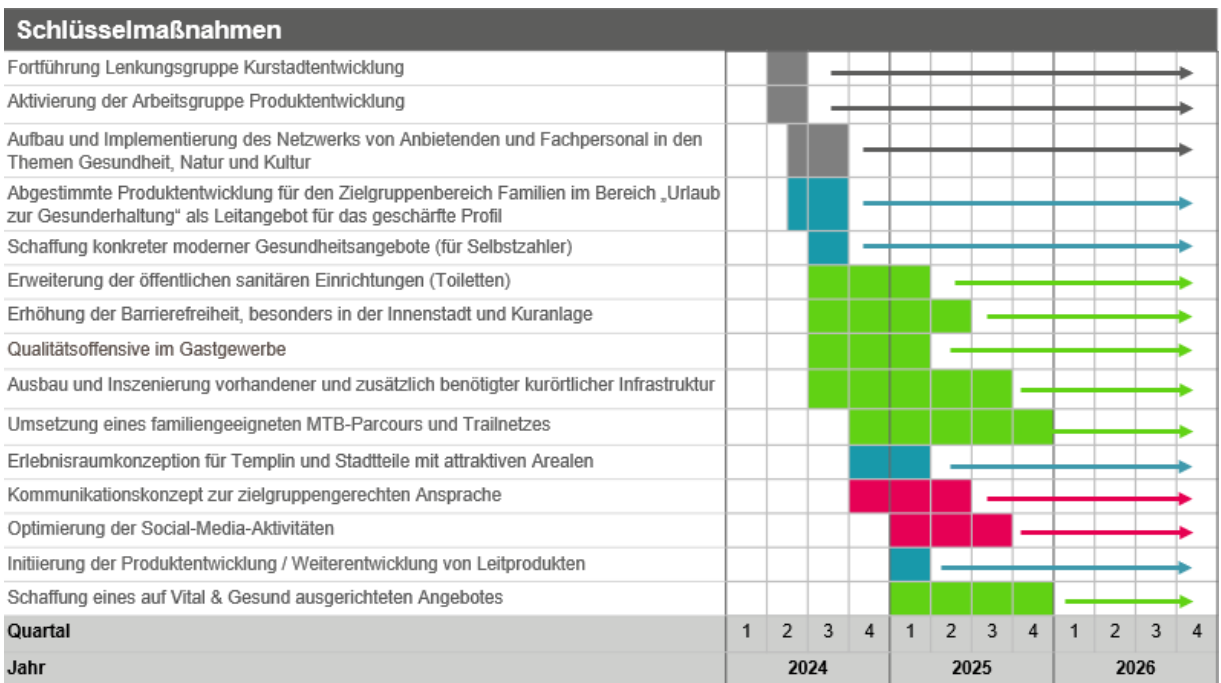


Abb. 37: Umsetzungsfahrplan Schlüsselmaßnahmen, Quelle: PROJECT M (2024)

Nachfolgend werden die Datenblätter zu den 15 Schlüsselmaßnahmen, sortiert nach Handlungsbereichen aufgelistet.



HB 1

HB 2

HB 3

HB 4 Strukturen und Finanzierung

### Fortführung Lenkungsgruppe Kurstadtentwicklung zum Austausch zum Fortschritt des Prozesses, Partnersuche, Produktentwicklung etc.

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Verstetigung des Prozesses der Standort- und Kurortentwicklung</p> <p>Unterstützung der TMT bei der Betreuung der Umsetzung des Konzeptes</p> <p>Einbindung der Leistungsträger: innen und damit Stärkung der Verbindlichkeit der Umsetzung</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin / TMT</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Leistungs-träger:innen, Verwaltung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Festlegung der Zusammensetzung, Aufgaben und des Turnus der Sitzungen der Lenkungsgruppe nach Abschluss der Konzeption (z.B. 2x im Jahr)</li> <li>▪ Orientierung der Inhalte der regelmäßigen Sitzungen am Umsetzungsfahrplan und den Maßnahmen des Konzeptes</li> <li>▪ Übernahme der Koordination und des Projektmanagements inkl. Ergebnissicherung durch die TMT</li> <li>▪ Ggf. Einbindung einer externen Agentur für Zwischenevaluationen und thematisch bezogen</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q2/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten, ggf. Agenturkosten für Unterstützungsleistungen</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anzahl der Sitzungen</li> <li>▪ Effektivität in der Projektumsetzung</li> <li>▪ Feedback der Teilnehmenden</li> </ul>

Abb. 38: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (1/3), Quelle: PROJECT M (2024)

HB 1

HB 2

HB 3

HB 4 Strukturen und Finanzierung

### Aktivierung der Arbeitsgruppe Produktentwicklung

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Aktive Produktentwicklung unter Einbindung von Leistungs-träger:innen</p> <p>Erhöhung der Verbindlichkeit in der Umsetzung</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> TMT</p> <p><b>Weitere Akteure</b> AG Produktent-wicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Festlegung der Ziele und Aufgaben der AG auf Grundlage des Konzeptes sowie als Basis der künftigen Arbeit der AG im HB 2</li> <li>▪ Organisation und Durchführung einer „Kick-Off-Veranstaltung“ mit der AG zur Vereinbarung eines Fahrplans und von Prioritäten in der Mitwirkung</li> <li>▪ Ggf. Festlegung von Untergruppen für die jeweiligen Leitthemen bzw. Aufgaben der AG zur Vermeidung einer Überforderung Einzelner</li> <li>▪ Je Themenfeld ca. 3-4 Sitzungen mit den Teilnehmenden mit Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Sitzungen durch die TMT – ggf. Einbeziehung einer externen Agentur <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1. Sitzung: Bewertung des Vorhandenen und Potenzialermittlung</li> <li>▪ 2.- 4. Sitzung: konkrete Produkte</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q2/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten, ggf. Agenturkosten für Begleitung</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anzahl der Treffen</li> <li>▪ Anzahl an Produkten</li> <li>▪ Zufriedenheit der Teilnehmenden</li> </ul>

Abb. 39: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (2/3), Quelle: PROJECT M (2024)





HB 1

HB 2

HB 3

HB 4 Strukturen und Finanzierung

**Aufbau und Implementierung eines Netzwerks von Anbietenden und ausreichendem Fachpersonal in den Themen Gesundheit, Natur und Kultur**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Aufbau eines Netzwerks an Anbietenden in den Leitthemen</p> <p>Gegenseitige Kenntnis und Kennenlernen der vorhandenen Akteursgruppen in Templin</p> <p>Verstetigung des Austausches der Anbietenden untereinander</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> TMT</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Leistungsträger: innen in den Leitthemen und darüber hinaus</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung eines Rasters für die Erfassung der Anbietenden nach relevanten Kriterien (Adresse, Verantwortliche, Thema/en, Angebote, ...)</li> <li>▪ Herausarbeiten des Benefits für die Anbietenden wenn sie mitwirken (z.B. Stammtische, interner Zugang zu den Daten, Vermarktungsleistungen, Beratungsleistungen etc.)</li> <li>▪ Datenrecherche und Auswertung</li> <li>▪ Kontaktaufnahme mit Anschreiben und Kurzfragebogen sowie Einverständniserklärung</li> <li>▪ Aufbau und Kommunikation der Datenbank</li> <li>▪ Organisation und Durchführung von Netzwerktreffen (persönlich und digital) bzw. weiterer Austauschformate</li> <li>▪ Evaluierung nach ca. einem Jahr durch einen Kurzfragebogen zur Erfassung von Zufriedenheit und Verbesserungsvorschlägen</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q2-Q3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anzahl Mitwirkender</li> <li>▪ Anzahl der Treffen</li> <li>▪ Rückmeldung der Mitwirkenden</li> </ul>

Abb. 40: Schlüsselmaßnahme Strukturen und Finanzierung (3/3), Quelle: PROJECT M (2024)



## HB 1: Profil und Marke

## HB 2

## HB 3

## HB 4

### Kommunikationskonzept zur zielgruppengerechten Ansprache

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes zur zielgruppengerechten Ansprache</p> <p>Entwicklung eines Corporate Designs mit Handreichungen für die Leistungsträger:innen</p> <p>Grundlage / Leitfaden für die Vermarktung</p>	<p><b>Partner /Treiber:</b> TMT &amp; Partner</p> <p><b>Weitere Akteure:</b> Stadt Templin</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Briefing zur Entwicklung eines Konzeptes für die zukünftige Kommunikation auf Basis der geschärften Positionierung und Ausrichtung erstellen</li> <li>Ableitung von konkreten Zielen (Inhalt, Ausmaß), Kernbotschaft und Maßnahmen in der kommunikativen Ansprache (Botschaften, Definition Kommunikationsmedien)</li> <li>Entwicklung von Brand-Guidelines mit Inhalten zu Corporate Design, Farbgebung, Fonts, Slogan, Bild- und Textsprache etc.</li> <li>Im Ergebnis: CI-konformes Kommunikationskonzept als Handlungsleitfaden für die touristischen Leistungsträger:innen</li> <li>Information der verschiedenen Akteursgruppen, insbesondere der Leistungsträger:innen und Umsetzung Kommunikationskonzept</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q4/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Agentur- und Personalkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Div. KPIs, u.a. Online: Leads, Traffic</li> <li>Medienbeobachtungsservice</li> <li>Befragungen</li> </ul>

Abb. 41: Schlüsselmaßnahme Profil und Marke (1/2), Quelle: PROJECT M (2024)

## HB 1: Profil und Marke

## HB 2

## HB 3

## HB 4

### Optimierung der Social-Media-Aktivitäten und Intensivierung von kooperativen und synergetischen Ansätzen

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Optimierung der Social-Media-Aktivitäten</p> <p>Sichtbarmachung der Positionierung im Online-Marketing</p> <p>Intensivierung von kooperativen und synergetischen Ansätzen (zusammen mit touristischen Partnern bzw. Anbietenden von Erlebnissen und Aktionen)</p>	<p><b>Partner /Treiber:</b> Stadt Templin, TMT &amp; Partner</p> <p><b>Weitere Akteure</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ist-Analyse der bestehenden Social-Media-Aktivitäten &amp; - Kanäle (Stärken, Schwächen etc.)</li> <li>Ableitung Soll-Bild auf Basis des / im Abgleich mit dem entwickelten Kommunikationskonzept</li> <li>Auswahl der zukünftig zu bedienenden Kanäle, ggf. Einrichtung oder Löschung</li> <li>Planung der Beiträge (Content-Plan) auf Basis der Erlebnisprofile und Zielgruppen, mit passendem Bildmaterial und inspirierenden Geschichten und in Abstimmung mit touristischen Partnern bzw. Anbietenden von Erlebnissen und Aktionen</li> <li>Durchführung zielgruppenspezifischer Kommunikationsmaßnahmen (Website, Social Media/Blog ...)</li> <li>Evaluation, Erfolgskontrolle, ggf. Nachjustieren</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q1/2025, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten und / oder Agenturkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Performancebewertung/KPI, u.a Anzahl Follower, Aufrufe, Userbeteiligung etc.</li> </ul>

Abb. 42: Schlüsselmaßnahme Profil und Marke (2/2), Quelle: PROJECT M (2024)



HB 1

HB 2: Produkte und Angebot

HB 3

HB 4

**Abgestimmte Produktentwicklung für den Zielgruppenbereich Familien im Bereich „Urlaub zur Gesunderhaltung“ als ein Leitangebot für das geschärfte Profil**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Entwicklung attraktiver und marktfähiger Produkte für die Zielgruppe Familien im gesundheitstouristischen Segment: „Urlaub zur Gesunderhaltung und Verbesserung der Leistungsfähigkeit“</p> <p>Entwicklung profilstärkender Produkte</p>	<p><b>Partner /Treiber:</b> TMT &amp; Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure:</b> AG Produktentwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Re-Aktivierung“ der AG Produktentwicklung</li> <li>Briefing / Vermittlung des fortgeschriebenen Tourismus- &amp; Kurstadtentwicklungskonzeptes ggü. den Teilnehmenden der AG und ggf. weiterer Akteure</li> <li>Entwicklung von Produkten / Gesundheitsreisen für Familien und Kinder inkl. Preisstruktur. Mögliche Ansätze / Produktideen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Präventionsreisen für die ganze Familie</li> <li>Präventionsreisen und Gesundheitsreisen für Kinder (Gesundheitscamps, Boot-Camps, Seminarreihen „Gesundes Essen etc.“</li> <li>Präventionsreisen für Eltern mit Kinderbetreuung</li> </ul> </li> <li>Schulung der Angebote und Implementierung, Marketing, Vertrieb</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q2-3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten nachgelagerte/indirekte Kosten für Marketing &amp; Vertrieb</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anzahl getätigte Buchungen</li> <li>Bekanntheit</li> </ul>

Abb. 43: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (1/4), Quelle: PROJECT M (2024)

HB 1

HB 2: Produkte und Angebot

HB 3

HB 4

**Schaffung konkreter moderner Gesundheitsangebote (für Selbstzahler) im Bereich „Urlaub mit gesundem Mehrwert“**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Entwicklung attraktiver und marktfähiger Produkte für die Zielgruppe Familien im niederschweligen gesundheitstouristischen Segment: „Urlaub mit gesundem Mehrwert“</p> <p>Entwicklung profilstützender Produkte</p>	<p><b>Partner /Treiber:</b> Stadt Templin &amp; Partner</p> <p><b>Weitere Akteure:</b> AG Produktentwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung von Produkten / Gesundheitsreisen mit Fokus Familien und Paare, mit dem Reismotiv: Klassische Urlaubsmotivation, Gesundheit als wichtiger Mehrwert</li> <li>Mögliche Ansätze / Produktideen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Erholungsreisen (z.B. Waldbaden, Wellness etc.)</li> <li>Aktivurlaube (Wandern, Rudern etc.)</li> <li>Genuss-Urlaube</li> </ul> </li> <li>Entwicklung in Zusammenarbeit mit vorhandenen Leistungsträger:innen im niederschweligen Gesundheitsbereich</li> <li>Prüfung möglicher neuer Kooperationen</li> <li>Preisstruktur festsetzen</li> <li>Schulung der Angebote und Implementierung, Marketing, Vertrieb</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten nachgelagerte/indirekte Kosten für Marketing &amp; Vertrieb</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anzahl getätigte Buchungen</li> <li>Bekanntheit</li> </ul>

Abb. 44: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (2/4), Quelle: PROJECT M (2024)





**Erlebnisraumkonzeption für Templin und Ortsteile mit attraktiven Arealen, die durch erlebbare Verknüpfung den Gesamterlebnisraum „Kurstadt“ darstellen**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Schaffung attraktiver und authentisch erlebbarer, in sich schlüssiger Teilräume in der Stadt – auch ergänzend unter Einbindung der Stadtteile mit ihrer jeweils eigenen Geschichte</p> <p>Steigerung der Aufenthaltsqualität und des Erlebnischarakters von Einheimischen und Gästen gleichermaßen</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin, TMT und Partner</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Stadtteilverantwortliche bzw. Vertretende, Bürger:innen und Gewerbetreibende</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung eines Erlebnisraumkonzeptes für den Gesamttraum mit Festlegung und inhaltlicher Definition einzelner Erlebnisareale wie z.B.             <ul style="list-style-type: none"> <li>Innenstadt mit Marktplatz, Stadtmauer und angrenzendem Stadthafen</li> <li>Bürgergarten mit Hyparschale und Freilichtbühne</li> <li>Kurgebiet mit NaturTherme und Kurmeile</li> <li>Ortsteile wie Groß Dölln, Herzfelde o.ä.</li> </ul> </li> <li>Herausarbeiten der Potenziale und Festlegung der „Story“ sowie des Beitrags zur Marke Templin inkl. des konkreten Erlebnisversprechens</li> <li>Festlegung eines Umsetzungsfahrplans zur ggf. nötigen Aufwertung der einzelnen Areale und der Verbindung / Wegebeziehungen / Gästelenkung</li> <li>Ggf. Durchführung von Wettbewerben zur individuellen Aufwertung und <u>Akteurseinbindung</u></li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q4/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Konzeption, Investition Umsetzung Gästelenkung und ggf. kleinere Aufwertungsmaßnahmen</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gästezufriedenheit</li> <li>Frequenz</li> <li>Eingebundene Akteursgruppen</li> </ul>

Abb. 45: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (3/4), Quelle: PROJECT M (2024)



**Initiierung der Produktentwicklung / Weiterentwicklung von Leitprodukten (Profilthemen): zielgruppenspezifischen Packages / Pauschalangeboten als Kombination aus Gesundheit, Natur und Kultur – Auswahl und Vernetzung passender Leistungsanbietenden**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Leitprodukte zur Sichtbarmachung und zum Erleben der Leitthemen und des Leistungsversprechens</p> <p>Untersetzen des Profils als führender Ort für aktive Familienerlebnisse und Gesundheit</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> TMT &amp; Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> AG Produktentwicklung, Leistungsträger:innen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sichtung und Bewertung vorhandener passender Kombinationsprodukte bzw. von Bausteinen zu den jeweiligen Leitthemen</li> <li>Aufbau / Vertiefung des Netzwerks an Leistungsanbietenden zu den Profilthemen</li> <li>Entwicklung eines Rahmens und von konkreten zielgruppengerechten Bausteinen für Tages- und Mehrtagesprogramme unter Einbindung der Leistungsanbietenden bzw. AG Produktentwicklung</li> <li>Ableitung von bis zu 4 Leitprodukten als funktionierendes attraktives Kernangebot fürs „Schaufenster“ sowie von ergänzenden flexibel zubuchbaren Bausteinen</li> <li>Umsetzung und Vermarktung der Leitprodukte sowie der ergänzenden Bausteine über die geeigneten Kanäle</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q1/2025, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Personalkosten Marketingkosten, ggf. Agenturkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anzahl der Produkte</li> <li>Anzahl der Partner</li> <li>Nachfragen / Klicks</li> <li>Buchungen</li> </ul>

Abb. 46: Schlüsselmaßnahme Produkte und Angebote (4/4), Quelle: PROJECT M (2024)







HB 1

HB 2

### HB 3 (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur

HB 4

## Erhöhung der Barrierefreiheit, besonders in der Innenstadt und Kuranlage

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Erhöhung der Barrierefreiheit und stärkere Inklusion</p> <p>Gewährleistung der kurortmedizinischen Versorgungsstrukturen durch ein barrierefreies Straßen-, Fußgänger- &amp; Radwegenetz sowie die Zugänglichkeit der örtlichen Gastronomie</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> TMT, Partner und touristische Leistungsträger: innen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standards/ Kriterien zur Barrierefreiheit festlegen</li> <li>Umfassende Bewertung der (Gesundheits-) Touristischen Infrastruktur in Templin</li> <li>Barrierefreie Umgestaltung der kurörtlichen und touristischen Freizeiteinrichtungen und Infrastruktur</li> <li>Konsequente Berücksichtigung der Barrierefreiheit bei Planung und Neu-/Umbau von Wegeinfrastruktur und Einrichtungen in der Stadt Templin</li> <li>Anreize für touristische Leistungsträger schaffen, um in Barrierefreiheit zu investieren</li> <li>Bewusstseinsbildung über Schulungen etc.</li> <li>Nutzung von Zertifizierungen</li> <li>Thema Barrierefreiheit in Kommunikationsmitteln integrieren und barrierefreie Einrichtungen deutlich kennzeichnen</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Planungskosten Baukosten Personalkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßige Überprüfung der Kriterien</li> <li>Zertifizierungen</li> <li>Gästebewertungen</li> </ul>

Abb. 47: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (1/6), Quelle: PROJECT M (2024)

HB 1

HB 2

### HB 3 (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur

HB 4

## Erweiterung der öffentlichen sanitären Einrichtungen (Toiletten)

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Verbesserung der kurörtlichen Versorgungsstrukturen durch eine Erweiterung der öffentlichen sanitären Einrichtungen (Toiletten) an geeigneten frequentierten Stellen in der Stadt</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Externe Bauunternehmen/ Architekten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktuelle sanitäre Einrichtungen prüfen und ggf. renovieren</li> <li>Identifizierung von Standorten mit hoher Nachfrage und unzureichender Versorgung</li> <li>Finanzierungssicherung</li> <li>Erstellung detaillierter Baupläne unter Berücksichtigung von Standards für Barrierefreiheit, Hygiene und Sicherheit</li> <li>Ausschreibung und Vergabe an Bauunternehmen/ Architekten</li> <li>WC-Anlagen für die jeweiligen Standorte errichten (angepasstes Design, Ausstattung etc. – eventuelle Erlebnistoilette)</li> <li>Implementierung eines regelmäßigen Wartungsplans für Reinigung, Instandhaltung und Reparaturen</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Planungskosten Baukosten Reinigungskosten Instandhaltungskosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anzahl an neuen/renovierten Standorten</li> <li>Feedback von Nutzer:innen</li> </ul>

Abb. 48: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (2/6), Quelle: PROJECT M (2024)





**Qualitätsoffensive im Gastgewerbe – stetige Modernisierung und Aufwertung der Leitbetriebe und insgesamt des gastgewerblichen Angebotes**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Sicherstellung einer durchgängig hohen Qualität im Gastgewerbe in Templin</p> <p>Verbesserung und Sicherung der Angebotsstruktur durch marktgerechte und zukunftsfähige Angebote und Services</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> TMT &amp; Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Leistungsträger: innen im Gastgewerbe, Fachverbände (DEHOGA, DTV etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualitätsstandards festlegen</li> <li>Beratung der touristischen Leistungsträger über mögliche Qualitätsmanagement- und Zertifizierungssysteme</li> <li>Prüfung der Qualität in Betrieben (Mystery-Checks) und Herausarbeiten von Herausforderungen und Ansatzpunkten</li> <li>Schaffung von Anreizen für die Betriebe</li> <li>Mögliche Zertifizierung über DEHOGA/ DTV</li> <li>Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten oder touristische Leistungsträger:innen über Weiterbildungsprogramme externer Institute informieren (DEHOGA etc.)</li> <li>Integration der Themen Gesundheit und Ernährung (Ges. Ernährung, Unverträglichkeiten, Übergewicht etc.) in Gastronomiebetrieben durch bestimmte Angebote und Produkte</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q3/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Konzeptkosten Personalkosten Kosten zur Durchführung von Mystery-Checks</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßige Überprüfung der Standards</li> <li>Mystery Checks</li> <li>Zertifizierungen</li> <li>Gästebewertungen</li> </ul>

Abb. 49: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (3/6), Quelle: PROJECT M (2024)



**Ausbau und Inszenierung vorhandener und zusätzlich benötigter kurörtlicher Infrastruktur z.B. Kurmeile: Verbindung von Innenstadt und Kurgelbiet**

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Aufwertung und Erweiterung der kurörtlichen Infrastruktur, besonders im Bereich der Kurmeile</p> <p>Optimierung der Vernetzung der Erlebnisareale und der Besuchendenlenkung zur besseren Erlebarmachung des Erlebnisraums</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> TMT, Bürgergarten e.V., NABU Templin, NTT, externe Landschaftsplaner</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bewertung der vorhandenen Angebotsstruktur und Herausarbeiten von Potenzialen und Herausforderungen</li> <li>Erarbeitung eines Gestaltungskonzeptes für die Kuranlage insb. Kurmeile (unter Berücksichtigung der strategischen Ausrichtung Templins und des Erlebnisraumkonzeptes)</li> <li>Evtl. Ideenwettbewerb (Schulen, Landschaftsplaner etc.)</li> <li>Einrichtung von Erlebnisstationen, die einen inhaltlichen Bezug zu (gesundheitstouristischen) Leitthemen in Templin haben</li> <li>Schaffung von attraktiven Verweilmöglichkeiten und Spielgeräten</li> <li>Schaffung einer abwechslungsreichen und thematisch aufgeladenen Wegeinfrastruktur</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q3/2024 (Planung) Umsetzung mittelfristig, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b></p> <p>Konzeptkosten Planungskosten Baukosten Instandhaltungskosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßige Ortsbegehung</li> <li>Zufriedenheit der Nutzenden</li> </ul>

Abb. 50: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (4/6), Quelle: PROJECT M (2024)



HB 1

HB 2

HB 3 (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur

HB 4

Umsetzung eines familieneigneten MTB-Parcours und Trailnetzes auf Grundlage vorliegender Grundkonzeption und Machbarkeitsprüfung

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Ausbau von familienfreundlicher Aktivitätsinfrastruktur im Mountainbike-Bereich.</p> <p>Stärkung des aktivtouristischen Angebotes in Templin</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> TMT, NABU Templin, externe Firma für Trailbau und MTB-Parcours</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erstellung einer Grundkonzeption (unter Berücksichtigung von Sicherheitsstandards, Umweltauflagen, Nutzendenbedürfnissen)</li> <li>Machbarkeitsprüfung (Gelände etc.)</li> <li>Finanzierungsplan und Genehmigungen</li> <li>Trailbau und Bau MTB-Parcours durch externe Fachkräfte</li> <li>Implementierung eines Instandhaltungsplans für regelmäßige Inspektionen, Reparaturen und Pflege der Trails</li> <li>Kontinuierliche Überwachung und Bewertung der Trailnutzung, Benutzerzufriedenheit und Umweltauswirkungen.</li> <li>Anpassung des Trailnetzes basierend auf Feedback und sich ändernden Bedürfnissen der Nutzenden.</li> </ul>	<p><b>Start:</b> Q4/2024, fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b> Planungskosten Baukosten Instandhaltungskosten Personalkosten</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b> Kontinuierliche Überwachung, Bewertung der Trailnutzung, Benutzerzufriedenheit, Umweltauswirkungen.</p>

Abb. 51: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (5/6), Quelle: PROJECT M (2024)

HB 1

HB 2

HB 3 (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur

HB 4

Schaffung eines auf Vital & Gesund ausgerichteten, höher segmentierten Angebotes (4 Sterne) – idealerweise mit Fokus Familie und Integration des Aspektes "Sorgenfreier Urlaub"

Ziele	Wer?	Umsetzung / Meilensteine	Zeithorizont
<p>Stärkung der gesundheits-touristischen Kompetenz</p> <p>Schaffung eines qualitativ höherwertigen Angebotes mit Fokus Familie im Bereich „Sorgenfreier Urlaub“</p>	<p><b>Partner /Treiber</b> Stadt Templin</p> <p><b>Weitere Akteure</b> Investoren/ Betreiber, Leistungsträger:innen im Hotelgewerbe, Partner</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung eines entsprechenden Hotelkonzeptes (Ausrichtung auf Familie unter dem Aspekt: „Sorgen-freier Urlaub“) als Grundlage zur Gewinnung von vorhandenen Betrieben oder Externen zur Umsetzung</li> <li>Bei Entwicklung im Bestand: Abstimmung über die Ausrichtung und des Konzeptes sowie aktive Unterstützung in der Umsetzung</li> <li>Bei Neuansiedlung: Identifizierung eines geeigneten Standorts unter Berücksichtigung von Zugänglichkeit, Attraktivität, Infrastruktur und Umgebung zur gezielten Ansprache (Exposé)</li> <li>Unterstützung bei der Rekrutierung und Schulung von Personal (Kooperationen im Bereich Gesundheit) sowie Einbindung in die ortsbezogenen Marketing- und Kommunikationswege</li> </ul>	<p><b>Start:</b> 2025 (ggf. Investoren-/ Betreibersuche vor Ort und extern) - fortlaufend</p> <p><b>Kosten</b> Personalkosten Konzept- und Vermarktungskosten zur Partnergewinnung</p> <p><b>Messbarkeit/Monitoring</b> Kontinuierliche Überprüfung der Gästezufriedenheit, Kennzahlen (Umsatz, Auslastung, RevPAR etc.)</p>

Abb. 52: Schlüsselmaßnahme (Gesundheits-)Touristische Infrastruktur (6/6), Quelle: PROJECT M (2024)





## 7.2 EXKURS: Aufbau ortsteilräumlicher, zielgruppenspezifischer Erlebnisräume

Die Fortschreibung des Kurortentwicklungs- und Tourismuskonzeptes hatte insbesondere zum Ziel, nicht nur kurstadtrelevante Entwicklungspotenziale aufzuzeigen, sondern auch herauszuarbeiten, welche ergänzenden Elemente der touristischen Entwicklung in den Ortsteilen verfolgt werden können.

Entscheidend für die erfolgreiche Entwicklung im Tourismus und in Templin ist eine enge und abgestimmte Zusammenarbeit sowie ein regelmäßiger Dialog und Austausch aller agierenden touristischen Akteur:innen. Schon im partizipativen Prozess wurde immer der Blick über die Kurstadt hinaus in die Ortsteile gelegt, ob bei der Analyse, der Einbindung oder auch den möglichen Entwicklungen.

Zur erfolgreichen Umsetzung der gemeinsam erarbeiteten Konzeption wird eine verbindliche Zusammenarbeit mit und in den Ortsteilen empfohlen (siehe auch Handlungsprogramm und Maßnahmen). Hierzu ist eine weitere und im Prozess aufgezeigte Empfehlung, sich an ortsteilräumlichen, zielgruppenorientierten Erlebnisräumen zu orientieren und diese gezielt entsprechend der Potenziale und des Profils weiterzuentwickeln. Der Ansatz besteht darin, die Region (Stadt und Ortsteile) zu in sich schlüssigen Erlebnisarealen und -räumen zu gliedern. Die Empfehlung zur Ableitung zielgruppenspezifischer Erlebnisräume orientiert sich an einer thematischen Passung der in der Kurstadt- und Tourismusedwicklungskonzeption vereinbarten Leitthemen bzw. Erlebnisprofilen:

- Aktives Naturerlebnis
- Vital & Gesund
- Stadt & Regionalität

Dabei muss nicht jedes Erlebnisprofil/-thema in jedem Erlebnisraum gleichwertig bearbeitet werden. Vielmehr sollte hier eine Orientierung an den vorhandenen Gegebenheiten hinsichtlich Angebote und Erlebnisse vorgenommen werden, mit dem Ziel, die Besonderheiten des und/oder der Ortsteile in den Fokus zu rücken. Im Schwerpunkt geht es bei der Entwicklung und Implementierung von Erlebnisräumen, thematisch verankert anhand der definierten Erlebnisprofile, vor allem um die Steigerung der lokalen Lebens-, Erlebnis- und Servicequalität sowie Besuchendenlenkung. Darüber hinaus gilt es, durch aufgezeigte Maßnahmen wie das Projekt in Herzfelde solitäre, touristische (Anker-)Attraktionen in den einzelnen Ortsteilen auszubauen.

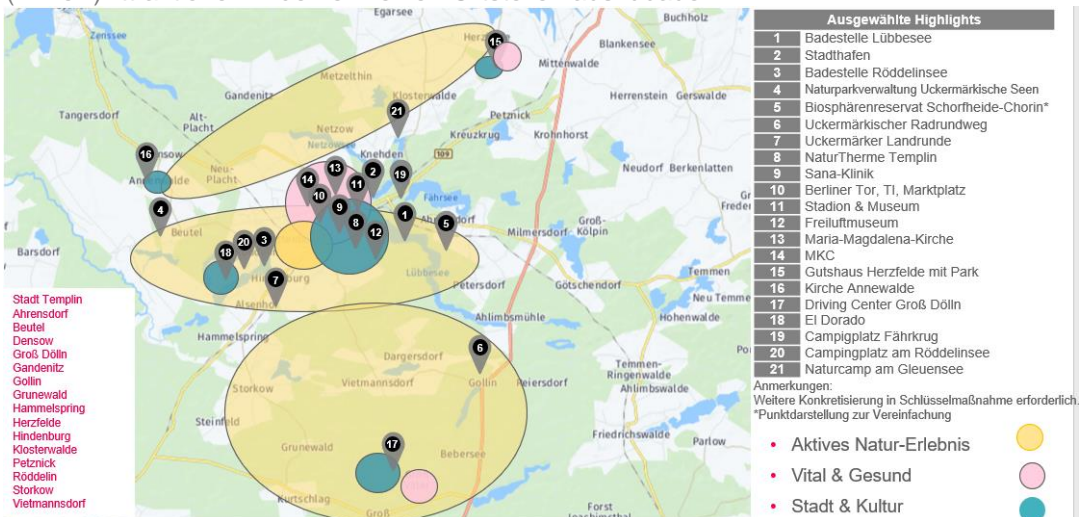


Abb. 53: Erlebnisraumansatz: Vertiefung der Erlebnisperspektiven, Quelle: PROJECT M (2024) Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzept der Stadt Templin | © PROJECT M 2024

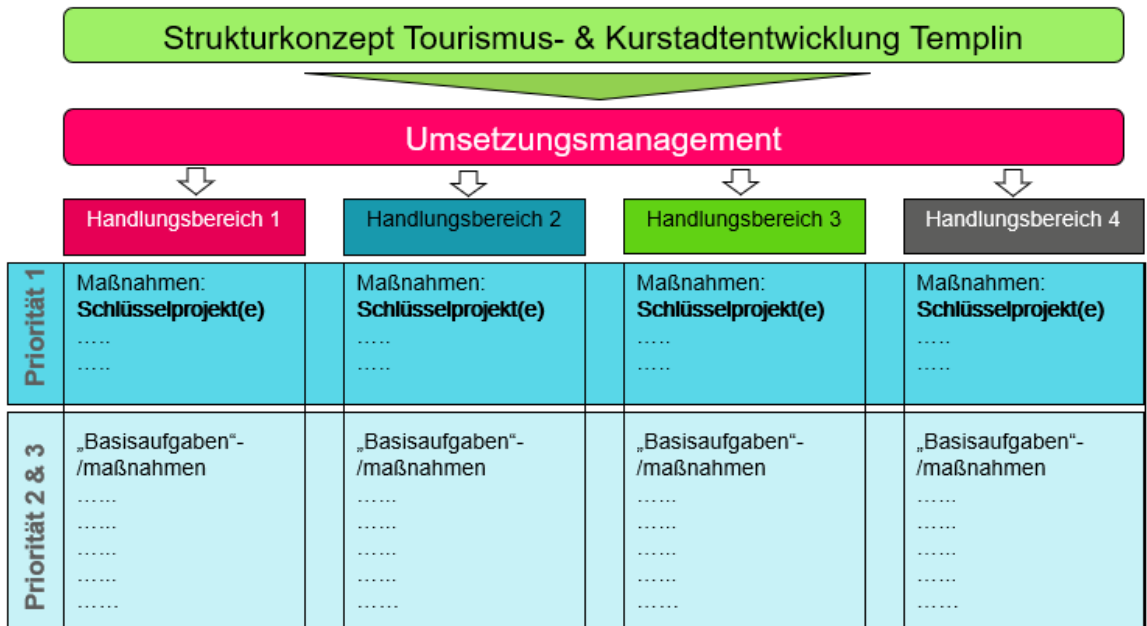


### 7.3 Umsetzungsmanagement in gemeinsamer Verantwortung

Für eine strukturierte und gesicherte Umsetzung des Kurstadtentwicklungs- und Tourismuskonzeptes bedarf es, wie bereits mehrfach konstatiert, des Engagements aller Akteur:innen in Templin und den Ortsteilen.

Die Stadt Templin ist das zentrale Koordinationsorgan für die Kurstadt- und Tourismusentwicklung in Templin mitsamt den Ortsteilen. Sie führt die verschiedenen Arbeitsgruppen (Lenkungsgruppe, Produktentwicklungsgruppe etc.) bzw. die Kompetenzteams, monitort regelmäßig die Qualität und Umsetzung der Schlüsselprojekte und -maßnahmen und stellt das Bindeglied zwischen den Beteiligten und in die Region dar.

Die Grundlage bildet neben dem Konzept selbst, auch der vereinbarte Umsetzungsfahrplan mit der zeitlichen Priorisierung der Schlüsselmaßnahmen sowie deren Zuordnung in die Handlungsbereiche. Zu beachten ist in jedem Fall, dass diese Auflistung in den auch künftig weiter volatilen Zeiten einer regelmäßigen Überprüfung und ggf. Anpassung bezüglich der Reihenfolge und auch der Inhalte sowie der Ergänzung weiterer prioritärer Maßnahmen bedarf. Hierzu empfiehlt das Gutachterteam die Durchführung von z.B. zweijährig stattfindenden, auch extern begleiteten, Zwischenevaluationen sowie den regelmäßigen Austausch in der Lenkungsgruppe über den Umsetzungsstand und sich ggf. verändernden Anforderungen und Prioritäten.



Priorität 1: wichtig und dringend, Priorität 2: wichtig aber nicht so dringend, Priorität 3: dringend, aber nicht so wichtig

Abb. 54: Strukturkonzept Tourismus- & Kurstadtentwicklung Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Nachfolgendes Schema veranschaulicht zusammenfassend die ineinander greifenden und aufeinander aufbauenden Umsetzungsschritte, mit den jeweiligen Kreisläufen der zugehörigen Aufgaben im Umsetzungsmanagement.



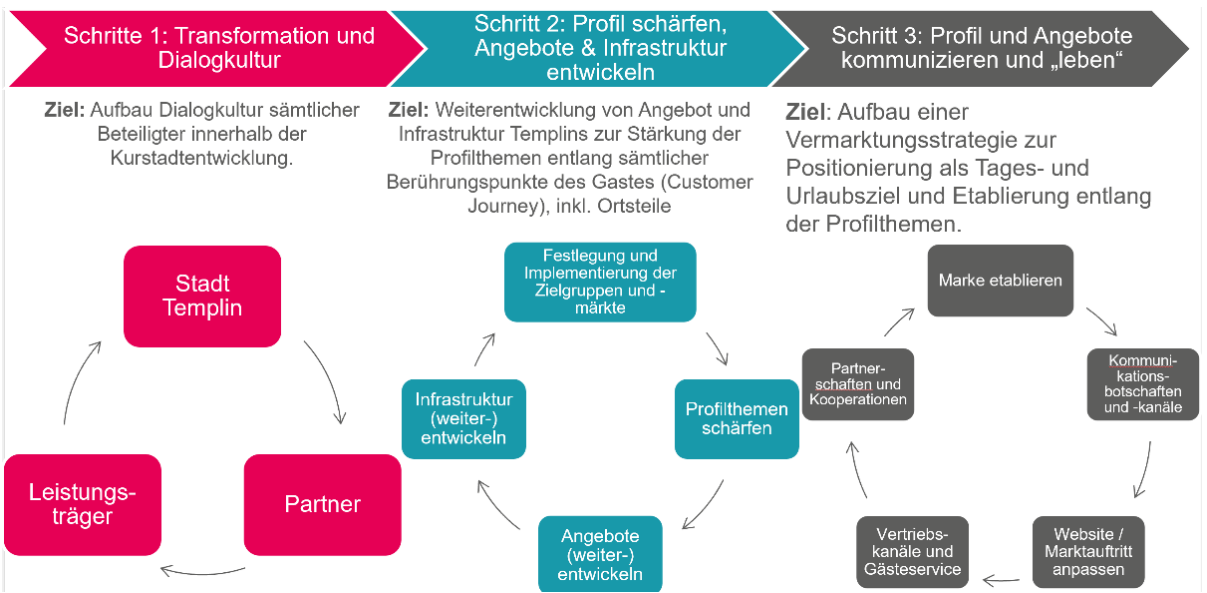


Abb.55: Schema zukünftiger strategischer Weg für Templin, Quelle: PROJECT M (2024)

Zukunftsgerichtete, nachhaltig erfolgreiche Tourismusentwicklung braucht Transparenz, Dialog und aktive Beteiligung. Ein wesentlicher Meilenstein wurde mit der Fortschreibung der Kurstadt- und Tourismusentwicklungskonzeption in diesem Prozess gelegt. Jetzt gilt es, diese Dialogkultur zwischen der Stadt Templin, den relevanten Leistungsträger:innen und Partner:innen fortzuführen und gemeinsam den Umsetzungsprozess der Positionierungsstrategie und der festgesetzten Maßnahmen zur Profilschärfung zu beginnen. Der nächste gemeinsame Schritt, den es auf dem strategischen Weg für die Kurstadt Templin und die Ortsteile zu gehen gilt, ist die aufgezeigte und festgelegte (Weiter-)Entwicklung der Angebote und der (kurörtlichen) Infrastruktur, um die erarbeiteten Profilthemen entlang der gesamten „Gästereise“ in der Kurstadt Templin und den Ortsteilen erlebbar zu machen, zu inszenieren und zu stärken. Und, in der Folge essenziell und entscheidend, wie durch die Schlüsselmaßnahmen aufgezeigt, prominent zu platzieren und zu kommunizieren; das Erlebnisversprechen gezielt in den Markt zu tragen. Die umgesetzten Maßnahmen zu monitoren und ggf. nachzujustieren / nachzuschärfen. Durch diesen kontinuierlichen Prozess erfüllt der Tourismus seine Aufgabe: Stärkung der regionalen Wirtschaft, lebendiger (Innen-)Städte, Gemeinden und Sicherung der Lebensqualität in der eigenen Stadt und in den Ortsteilen.







# Impressum

## Mitwirkende und verantwortliche Akteure

Folgende Personen haben das Projekt verantwortlich begleitet. Die federführende Koordination oblag der Stadt Templin als Auftraggeber und Projektträger: Prenzlauer Allee 7, 17268 Templin. Stellvertretend sind zu nennen:



**Thekla Seifert**

Stadtverwaltung, Fachgebiet Kurstadtentwicklung, Templin  
Telefon: 03987-2030177, E-Mail: seifert@templin.de

**Franziska Timmler**

Stadtverwaltung, Fachgebiet Kurstadtentwicklung, Templin  
Telefon: 03987-2030163, E-Mail: timmler@templin.de

Für die überaus konstruktive Zusammenarbeit bedanken wir uns herzlich bei Ihnen sowie allen weiteren Prozessbeteiligten.

## Fachliche Beratung und Begleitung durch:



Dipl.-Kffr., Dr. rer. pol.  
**Dr. Katja Zielke**  
Senior Consultant  
Projektleitung



Dipl.-Kfm./ Dipl.-Geogr.  
**Detlef Jarosch**  
Senior Consultant  
Co-Projektleitung



M.Sc.  
**Leonie Klante**  
Junior Consultant





# PROJECT

## PROJECT M GmbH

Steinhöft 9  
20459 Hamburg



Tel.: +49 (0)40-419 23 96 0  
Fax: +49 (0)40-419 23 96 29  
E-Mail: [info@projectm.de](mailto:info@projectm.de)

August-Everding-Straße 25  
81671 München

Tel +49 (89) 614 66 08-0  
Fax +49 (89) 614 66 08-5

[www.projectm.de](http://www.projectm.de)  
[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)

## #wertstiftend

PROJECT M ist die führende Kompetenz für Tourismus im deutschsprachigen Raum. Wir wirken wertstiftend, indem wir den Wandel im (Gesundheits-)Tourismus und im Destinationsmanagement mit Zukunftswissen, Erfahrung und Leidenschaft gestalten. Unsere Kund:innen zum Markterfolg zu führen, ist unser Anspruch.

