

03.03.2025 10:22 CET

Weitere Potentiale für den Brandenburg-Tourismus erschließen

Um die Wettbewerbsfähigkeit auch weiterhin zu sichern, muss Brandenburg für den Tourismus neue Potentiale erschließen. Diese liegen im Einsatz innovativer Technologien und in der Stärkung weiterer touristischer Segmente. Außerdem muss sich die Branche mit aktuellen Herausforderungen beschäftigen. An fünf aktuellen Beispielen wird dies deutlich.

Augmented Reality (AR): Virtuelle Entdeckungsreise durch Brandenburg

Von der Digitalisierung der Kommunikation über die Einführung von digitalen Informationssystemen: In den vergangenen Jahren wurden im Brandenburg-Tourismus erhebliche Anstrengungen unternommen, um das Gästeerlebnis, aber auch die Tourismusbranche durch Digitalisierung zu unterstützen. Dazu gehört auch der Test innovativer Technologien, um der Branche einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. In diesem Rahmen entstehen aktuell sieben Augmented-Reality-Demonstratoren (AR), die es ermöglichen, mit dem Smartphone ausgewählte Orte in Brandenburg virtuell zu erleben. In Zusammenarbeit mit Partnern aus dem Bereich Tourismus und Kultur zeigt die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg, wie vielfältig AR-Technologien eingesetzt werden können – von der Sensibilisierung für den Naturschutz über die interaktive Vermittlung von Stadtgeschichte bis hin zur Unterstützung der Erinnerungskultur. Sechs der AR-Erlebnisse können direkt vor Ort entdeckt werden, während ein weiteres ortsunabhängig verfügbar ist. Ziel des Projektes ist es, aufzuzeigen, wie AR mit geringem Budget und bereits vorhandenen Inhalten lokal umgesetzt werden kann. Die gesammelten Ergebnisse sollen die Planung zukünftiger Projekte unterstützen.

Barrierefreiheit im Tourismus: Inklusive Angebote für alle

Zu einer nachhaltigen Tourismusdestination gehören auch Aspekte wie Zugänglichkeit und Teilhabe. Brandenburg engagiert sich seit Jahren aktiv für die Entwicklung inklusiver Angebote, die nicht nur Touristen, sondern auch Einheimischen zugutekommen. Im Zuge des demografischen Wandels gewinnt das Thema weiter an Bedeutung. Die TMB begleitet touristische Anbieter und Regionen bei der Schaffung barrierefreier Erlebnisse – von Museen und Unterkünften bis hin zu Freizeitangeboten wie der Flaeming-Skate. Die Ergebnisse werden im Herbst präsentiert. Weiterer Schwerpunkt in diesem Jahr: Ein umfangreiches Schulungsangebot der TMB, um die Branche dabei zu unterstützen, die Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes zu erfüllen, das 2025 in Kraft tritt.

Klimafolgenanpassung: Praxisleitfäden für die Branche

Auch der Klimawandel stellt den Tourismus vor Herausforderungen. Brandenburgs Natur, die eine zentrale Ressource des Tourismus darstellt, ist besonders vom Klimawandel betroffen. Um den Tourismus auf die veränderten klimatischen Bedingungen vorzubereiten, hat die TMB gemeinsam mit der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern ein Klimafolgengutachten in Auftrag gegeben. Dieses wird durch acht praxisorientierte Handlungsleitfäden ergänzt, die Touristikern helfen sollen, konkrete Maßnahmen zur Klimaanpassung umzusetzen. Die Leitfäden decken verschiedene Segmente wie Camping, Wassertourismus und Kultur ab und werden im Sommer kostenlos zum Download zur Verfügung gestellt.

Nebensaison stärken: Auch durch Meetings, Tagungen und Workation

Besondere Chancen für das weitere qualitätsorientierte Wachstum des Brandenburg-Tourismus liegen in der Nebensaison, die auch weiterhin durch Kommunikation befördert werden soll. Um den Ganzjahrestourismus zu fördern, setzt die TMB auch auf den wertschöpfungsintensiven Meeting- und Tagungstourismus und die Nutzung des Trendthemas Workation. Ein aktuelles Projekt, an dem sich die Reiseregionen Fläming, Seenland-Oder-Spree, Barnimer Land, Ruppiner Seenland und Uckermark beteiligen, zielt darauf ab, bestehende Workation-Standorte zu stärken und neue Standorte für Geschäftsreisende und Einzelreisende zu entwickeln. Diese Angebote, die berufliche Reisen mit privaten Aufenthalten verbinden, sollen das Potenzial

der Metropolregion Berlin-Brandenburg im Meeting-Segment weiter ausschöpfen und neue Zielgruppen für den Brandenburg-Tourismus erschließen. Geschäftlich veranlasste Reisen werden immer häufiger um einen privaten Aufenthalt verlängert.

Weitere Informationen zu diesen Themen gibt es unter:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde 1998 gegründet. Als Destination-Management-Organisation ist sie für die langfristige und nachhaltige Positionierung sowie Entwicklung und Vermarktung der touristischen Angebote im Land Brandenburg verantwortlich. Hierzu zählt insbesondere die Markenführung der touristischen Marke Brandenburg und der damit verbundene Markenprozess. Die Gesellschafter der TMB sind das Land Brandenburg (59 Prozent), die Vereinigung Brandenburgischer Körperschaften zur Förderung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft GbR (36 Prozent) und die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) (5 Prozent).

**TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Babelsberger Straße 26,
14473 Potsdam**

Telefon: +49 (0)331 29873-0 | Telefax: +49 (0)331 29873-73

service@reiseland-brandenburg.de | www.reiseland-brandenburg.de

Amtsgericht Potsdam HRB 11403 | Ust-IdNr. DE194533636
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Staatssekretär Hendrik Fischer | Geschäftsführer: Christian Woronka

Kontaktpersonen



Birgit Kunkel

Pressekontakt

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

birgit.kunkel@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-250



Patrick Kastner

Pressekontakt

Pressesprecher

patrick.kastner@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-253



Matthias Schäfer

Pressekontakt

Pressereferent

matthias.schaefer@reiseland-brandenburg.de

+49(331)29873-254