



EUROPAISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds
für die Entwicklung des
ländlichen Raums



LAND
BRANDENBURG
Ministerium für Ländliche
Entwicklung, Umwelt und
Landwirtschaft



LAG Oderland



LAG Märkische Seen e.V.
LOKALE AKTIONSGRUPPE



Seenland
Oder-Spree

tourismus plan
Netzwerk für innovative Lösungen



09.09.2024

Erlebnisraumentwicklung Seenland Oder-Spree

Aktueller Sachstand



1 Zielsetzung, angestrebte Projektergebnisse und Vorgehen

2 Aktueller Stand: Gestaltungsrichtlinien

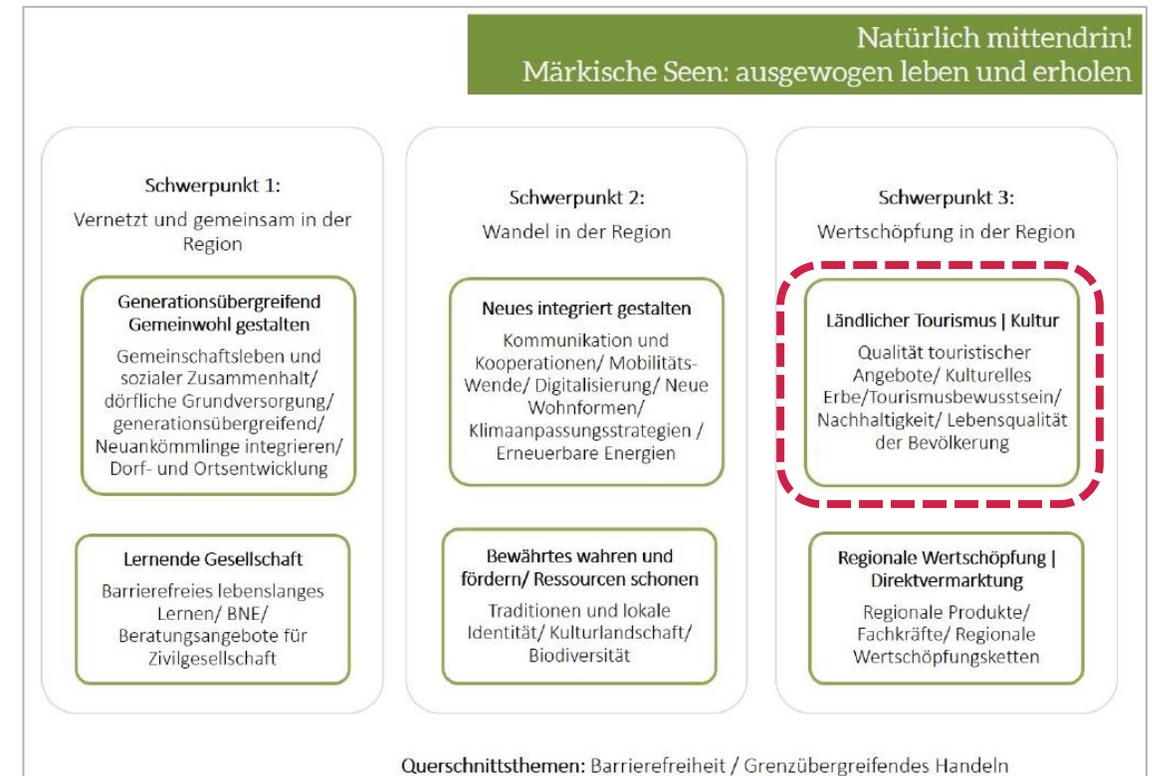
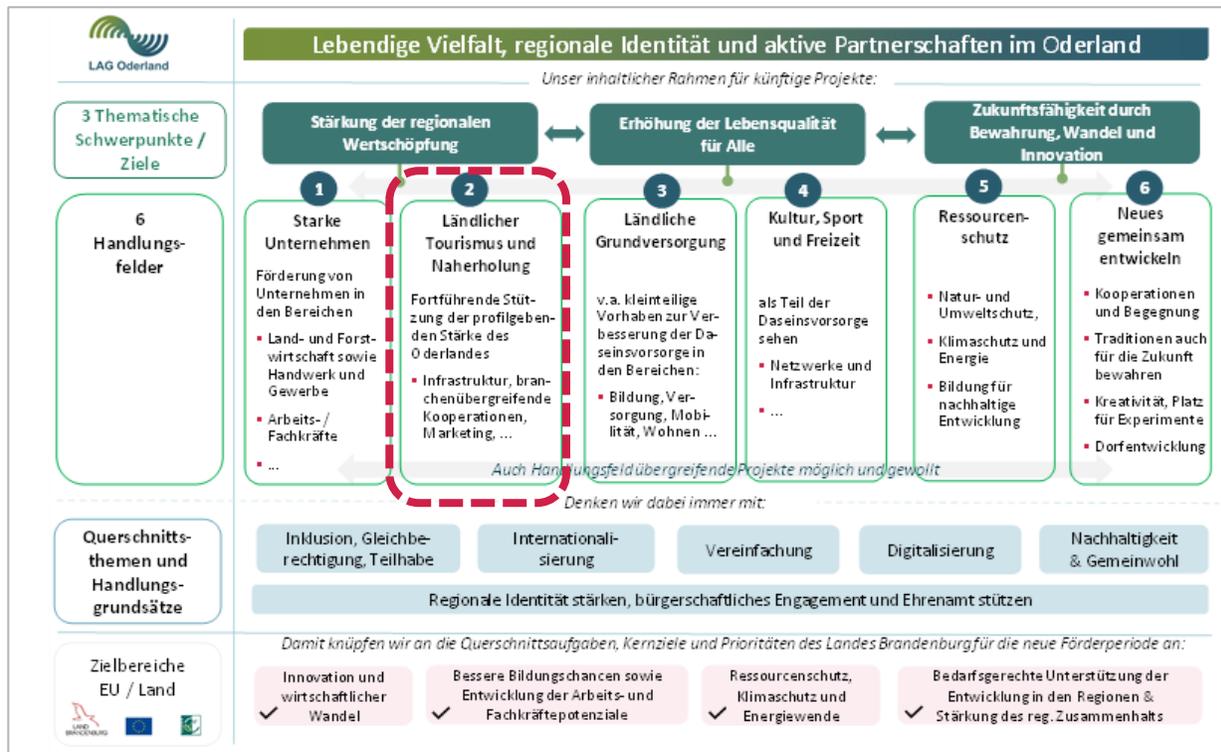
3 Aktueller Stand: Erlebnisraumkonzepte Premiumrouten +
Produktentwicklung

4 Nächste Schritte

Grundlagen für die Erlebnisraumentwicklung: Regionale Entwicklungskonzepte

Regionale Entwicklungsstrategie der LAG Oderland e.V. 2023 - 2027

Regionale Entwicklungsstrategie der LAG Märkische Seen e.V. 2023 - 2027



Seenland Oder-Spree und seine Teilräume in der Fläche noch zu wenig erkennbar

- Noch kein einheitliches **Erscheinungsbild** im Seenland Oder-Spree
 - Das Seenland wird dadurch noch nicht als eine **einheitliche Region** wahrgenommen
 - Zu wenig identitätsstiftende **Emotionen**
 - Die touristischen **Wege** und die Infrastruktur stellen hierfür **wichtige Kontaktpunkte** dar
 - Denn noch sind die meisten Wege Verbindungen von A nach B und damit austauschbar
 - bieten noch keinen Zugang zum Landschafts- und Kulturräum des Seenlands, Teilräume + Orte an.
- Ziel ist es, diese Kontaktpunkte zu definieren, in ihrer Funktion zu beschreiben und mit informations- und erlebnisunterstützender Infrastruktur auszustatten
- Hierfür wird ein **Erlebnisraumkonzept** erarbeitet
- Das Seenland wird dabei „gestalterisch“ als ein Erlebnisraum definiert, wie auch seine sieben Teilregionen.
 - **Hierzu wurden 7 Premiumwege als Zugänge zu den Besonderheiten des Seenlands ausgewählt und pilothaft bearbeitet.**
 - Dabei erfolgt eine
 - Ausarbeitung der Gestaltungsrichtlinien für die Gesamtregion, grundsätzlich und anwendbar für alle zukünftigen Initiativen und
 - konkrete Umsetzungshilfen



- ... Begeisterung für neue Projekte wecken, die die Orte und Regionen selbst anstoßen und diese Initiativen mit den neuen **Seenland-Scouts** unterstützen,
- ... **ab 2025 in die bauliche Umsetzung kommen**, indem z.B. Leader-Anträge generiert und andere **Fördermöglichkeiten** leichter genutzt werden,
- ... langfristig das **Profil unserer Destination schärfen** und ein gemeinsames **Erscheinungsbild** und die **Außenwahrnehmung** als Seenland fördern,
- ... identitätsstiftend auch für **Einwohner und Naherholer** wirken, ein Gefühl für unsere Gesamtregion aufbauen, weiter Zusammenwachsen,
- ... die **Lebensqualität** im Seenland Oder-Spree verbessern!

→ Projekt zählt auf unmittelbare Umsetzung anhand 7 Pilotrouten ein und zielt ebenso auf die Umsetzung weiterer Nachfolgeinitiativen auf Regions- und Ortsebene.



Das wollen wir erreichen!

Ziel ist es, das Besondere des Seenlands erlebbar zu machen: Alleinstellung herausarbeiten und Zugänge schaffen!

... dabei Erlebnisse und Emotionen erzeugen, keine Aneinanderreihung von Daten und Dingen.

→ Gestaltung einer erlebbaren = Erzählen einer guten Geschichte



→ Erlebnisraumkonzept wird erarbeitet bis Nov 2024.

- Das Seenland wird „gestalterisch“ als ein Erlebnisraum definiert, wie auch seine sieben Teilregionen = Erlebnisräume.
- Unsere 7 ausgewählten Premiumwege, die pilothaft bearbeitet werden:

The complex block features three panels, each with an icon at the top and a corresponding photograph. The first panel, 'Radwege', shows a bicycle icon and a photo of people on a bench with bicycles. The second panel, 'Wanderwege', shows a hiker icon and a photo of a person hiking in a forest. The third panel, 'Wasserwandern', shows a kayaker icon and a photo of a river with a kayak. Each panel includes a list of specific experience routes and their associated sub-regions.

Radwege

- Mönchstour (Erlebnisräume Flusslandschaft Oder und Schlaubetal)
- Adler trifft Zander (Erlebnisraum Scharmützelsee-Region)

Wanderwege

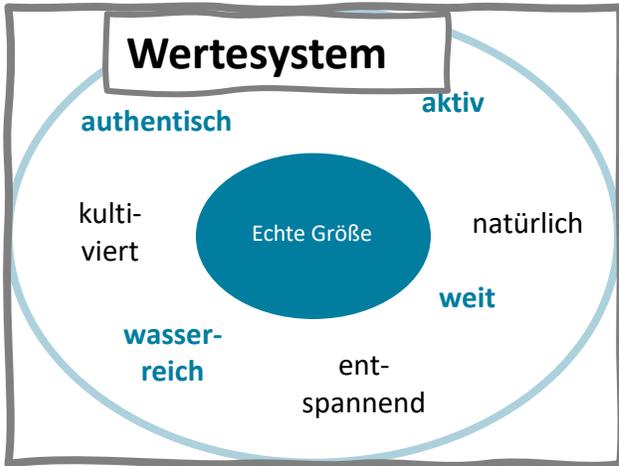
- Schlaubetal-Wanderweg (Erlebnisraum Schlaubetal)
- Oderlandweg / Gipfelstürmer (Erlebnisraum Oderbruch)
- Naturparkroute Märkische Schweiz (Erlebnisraum Märkische Schweiz)
- 66-Seen Wanderweg (Erlebnisraum Berliner Umland, Flusslandschaft Spree, Scharmützelsee-Region)

Wasserwandern

- Märkische Umfahrt / Spree: Neuendorfer See bis Erkner (Erlebnisräume Flusslandschaft Spree / Berliner Umland).

→ Wird mit den Akteuren vor Ort in vielen Workshops und Einzelabstimmungen derzeit konzeptionell erarbeitet (Geschichten, Infrastruktur, Erlebnisse, Produkte ...)

Umfangreiches strategisches System für das Seenland Oder-Spree entwickelt



Markenkern: Unsere Leitgeschichte

1. Echte Größe

... formuliert als Essenz, wofür unsere Reise- und Lebensregion steht, wo unser Ursprung liegt und wo wir uns im Wettbewerb unterscheiden. Echte Größe gibt es so nur bei uns. Sie wird getragen durch eindeutige Bilder, Gefühle, die bei uns und den Gästen ausgelöst werden, durch Geschichten und Erlebnisse.

✓ Ursprung und auch historischer Ausgangspunkt ist die Eiszeit mit ihren Gletschern, die das gesamte heutige Seenland bedecken. Auf ihrem Rückzug haben diese ihre beeindruckenden Spuren hinterlassen:

- ✓ unzählige Seen, die die Region zu ...
- ✓ ... zu Höhenflügen und ...

Markenkern: Unsere Leitgeschichte

Klare Zielgruppen- definition

1. Bildung

Aufgeklärte Bildungselite, Kultur, Natur, Nachhaltigkeit, Genießer, Welttoffen

Bruno + Ulrike Kluge
Postmaterielle.

Kultur- + Naturliebhaber, Faszination für Neues, Hintergründe, Geschichte(n): Bildung, Kunst, Flora + Fauna, Stadt + Land, Kultur, Historie, Land und Leute, Parks und Gärten, Genuss...

FASZINATION. AURA. SEHNSUCHT

Die moderne, junge Mitte. Leben im Hier und Jetzt. Der moderne Mainstream.

Alexandra Fröhlich + Christian Neuhaus
Adaptiv-Pragmatische Mitte

Lifestyle, pragmatisch, aktiv, Rad als (gerne E-Bike), auch mal sportlich, gesellige Ausflüge an die Seen und entlang der Flüsse mit kulinarik-Stops + Neuentdeckungen, Kanu, Angeln, Komfort und Unterhaltung

NEUGIER.

3. Ambitioniert, kreativ, mittendrin statt nur dabei: mental und geografisch mobile Trendsetter.

Lena Franke + Alejandro Gomez
Expeditive

Abenteurer, Spaß, „Wildnis“. Stadtfucht: raus- u. runterkommen; Körper + Geist spüren, Grenzen überschreiten, Wandern / Trekking / Rad (Gravelbike, Bikepacking) / Kanu, lonely trails, Glamping, take me to the lake, Freunde, Foodies.

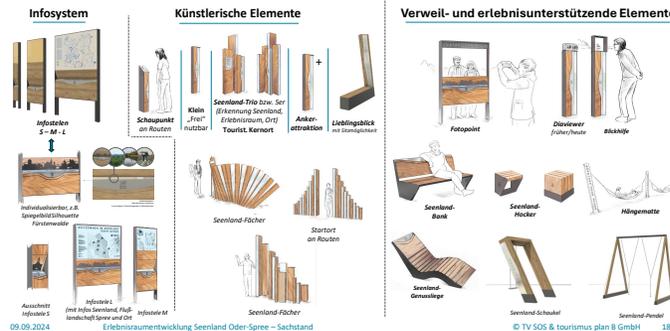
MIKROABENTEUER.

Baustein „Leitgeschichten und Kernbotschaften der Erlebnisräume“

Die 7 individuellen Leitgeschichten unserer 7 Erlebnisräume verkörpern die „Echte Größe“ des Seenlandes Oder-Spree. V.a. Natur und Landschaft werden neben den Menschen zum Erzähler unseres Leitmotivs:

- Berliner Umland: Gartennachbarn**
66-Seen-Weg als das verbindende Element.
- Scharmützelsee-Region: Maritimer Urlaubscharme mit Naturpark-Anschluss**
Deutsche Erweiterung über die Themen Natur und Kultur Adler trifft Zander als regionsverbindende Route / Pilot
- Fluslandschaft Spree - Spreeperlen**
Mehrere Premiumwege als verbindende Elemente, Beeskow und Fürstenwalde als wichtige Knotenpunkte. Märkische Umfahrt
- Märkische Schweiz - Inspirierende Höhen**
Eiszeitlandschaft par excellence. Naturparkroute mit Naturerlebnis als Pilot zur musterhaften Inszenierung und Integration der regionspezifischen Themen

Gestaltungsrichtlinien und Designs auf Zielgerade



„Seeblick-Runden“	Seenland – Naturtouren	Komfort-Touren	Picknick
„Höhenflüge“	Birdwatching-Touren	Grenzenlos Touren	Slow trips
Stadtpaziergänge	Spätaufsteher - Touren		
Dorfundgänge			

Leitgeschichten und Kernbotschaften für die 7 Erlebnisräume und für die 7 modellhaft ausgewählten Seenland-Premiumrouten

Storytelling-Konzepte für die 7 Routen

Übergeordnetes Produktkonzept mit Seenland Produktlinien in Ergänzung und Verknüpfung zu den Premiumrouten und für alle Erlebnisräume

Gemeinsam an Lösungen arbeiten, gemeinsamen Nutzen schaffen.

- **Kernteam:** TV SOS mit den Regionalscouts und mit Unterstützung von tpB
- **Steuerungsgruppe:** LAG Oderland, LAG Märkische Seen, Kreise LOS, MOL etc.
- **Kompetenz- und Projektteams:** aus den 7 Erlebnisräumen und zu den sieben Routen gebildet und inhaltlich eingebunden



- mit vielfältigen *Veranstaltungen* in allen Arbeitsphasen mit einer breiten Teilnehmerschaft in unterschiedlichen Formaten
 - Z.B. **bislang mehr als 30 Workshops** zu den Routen und Erlebnisräumen / Orten durchgeführt
 - zahlreiche Einzelabstimmungen mit den Stakeholdern
 - **Abstimmung Gestaltungsrichtlinien** gesamtes Seenland Steuerungsgruppe / Ämter/ Gemeinden
- **Experteneinbindung:**
 - Gestaltungsdesign-Agentur **erlebnisplan**
 - Praxisbeispiele aus anderen Regionen,
 - Exkursion in die Eifel
- Verschneidung mit anderen aktuellen Initiativen / Projekten (Birdwatching, Komfort/Barrierefrei, Picknick, slow trips ...)

1

Zielsetzung, angestrebte Projektergebnisse und Vorgehen

2

Aktueller Stand: Gestaltungsrichtlinien

3

Aktueller Stand: Erlebnisraumkonzepte Premiumrouten +
Produktentwicklung

4

Weiteres Vorgehen und nächste Schritte

Erlebnissräume sind vielschichtig: Drei Ebenen stehen im Seenland im Fokus, die zu verschneiden sind:

Seenland Oder-Spree

Erzählt die übergeordnete Geschichte des gesamten Seenlands

- Muss im gesamten Seenland erkennbar sein

Sieben Erlebnissräume

Erzählen die Geschichten der jeweiligen Teilräume

- Muss im gesamten jeweiligen Teilraum spürbar sein
- Immer Bezüge zum Seenland aufnehmen

Themenrouten

Erzählen die Geschichte der jeweiligen Route

- Muss auf gesamten Route erkennbar sein
- Erfolgt über eine **kuratierte Inszenierung** entlang einer (Premium)Route
- Immer Bezüge und Schnittstellen zum **Seenland** und v.a. zu(r) **Teilregion(en) und zu den Orten** aufnehmen

✓ Funktionen und Rollen für die Orte definiert

Seenland und Erlebnisräume bezogen

- Kernort
- Ankerattraktion
- Lieblingsblicke
- Eingangstore Seenland
- Mobilitätsknotenpunkte
- Sonst. Frequenzorte

Routen bezogen

- Start/Zielort
- Erlebnisort
- Schaupunkt
- Knotenpunkte

Gestaltungsrichtlinien

Folgende Infrastruktur in einheitlicher Gestaltung wird derzeit erarbeitet:

1

Rahmen gebendes **Künstlerisches Element**, dass die Marke Seenland wiedergibt, im öffentlichen Raum deutlich sichtbar ist und identitätsbildend wirkt - in unterschiedlichen Größen einsetzbar in Abhängigkeit der Funktion der Orte

2

System „Information und Inspiration“
/ **Infostelen** in untersch. Größe

3

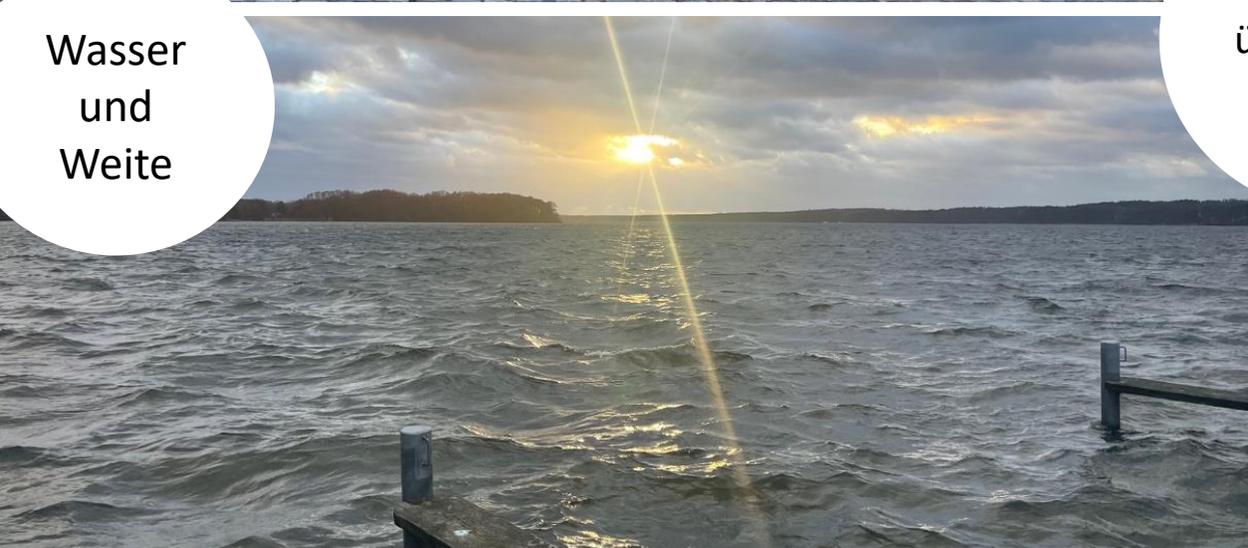
Verweil- und erlebnisunterstützende Infrastruktur, z.B.

- **Sitzgelegenheiten Seenland**
- **Set an Infrastruktur zur Unterstützung der Wahrnehmung über unterschiedliche Sinne** (Sehen, Hören etc.): 5-10 Grundelemente, die immer wieder angewandt werden

→ Damit Sicherstellung einheitliches Erscheinungsbild mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität sowie Einmaligkeit auch in der **Infrastruktur**



Metropol-
nähe &
Provinz



Wasser
und
Weite



Architektur
über und am
Wasser





Düne & Sand
Bergbau & Stein



Grenze und
Zugang /
Deich und
Steg





Klassizismus
und Barock



Historische Kerne
& Gastgeber-
erlebnisse



Kanu und
Kanal



Inspiration aus der Begehung – Wir entdecken das Besondere im Vorhandenen



Brücken
Schleusen
Nadelwehr



Das Besondere im
Vorhandenen und
Bestehenden

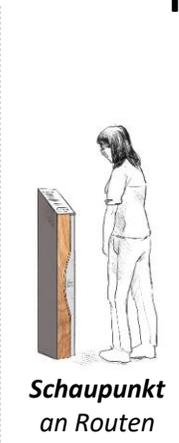


Übersicht Elemente „Baukastensystem“ Erlebnisraumdesign Seenland Oder-Spree

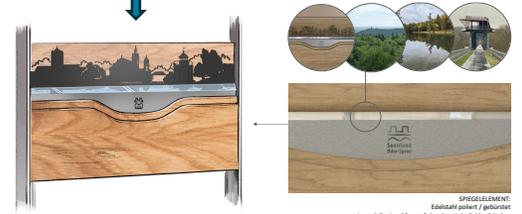
Infosystem



Infostelen
S – M – L



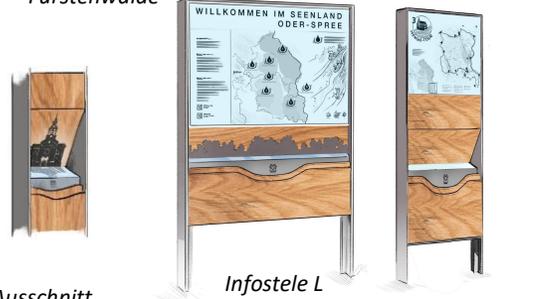
Schaupunkt
an Routen



Individualisierbar, z.B.
Spiegelbild Silhouette
Fürstenwalde



SPIEGEL-ELEMENT
Eckzahl poliert / gebürstet
In nach Region / Route Spiegelmatrix individualisierbar



Ausschnitt
Infostele S

Infostele L
(mit Infos Seenland, Fluss-
landschaft Spree und Ort

Infostele M

Künstlerische Elemente



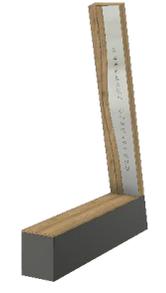
Klein
„Frei“
nutzbar



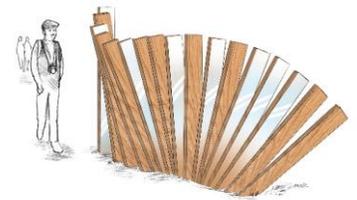
Seenland-Trio bzw. 5er
(Erkennung Seenland,
Erlebnisraum, Ort)
Tourist. Kernort



Anker-
attraktion



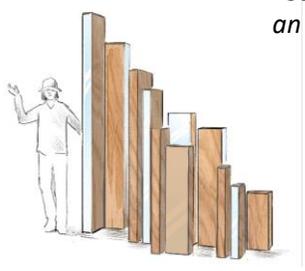
Lieblingsblick
mit Sitzmöglichkeit



Seenland-Fächer

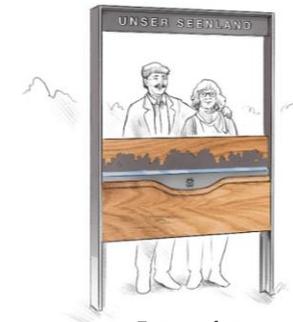


Startort
an Routen



Seenland-Fächer

Verweil- und erlebnisunterstützende Elemente



Fotopoint



Diaviewer
früher/heute



Blickhilfe



Seenland-
Bank



Seenland-
Hocker



Hängematte



Seenland-
Genussliege

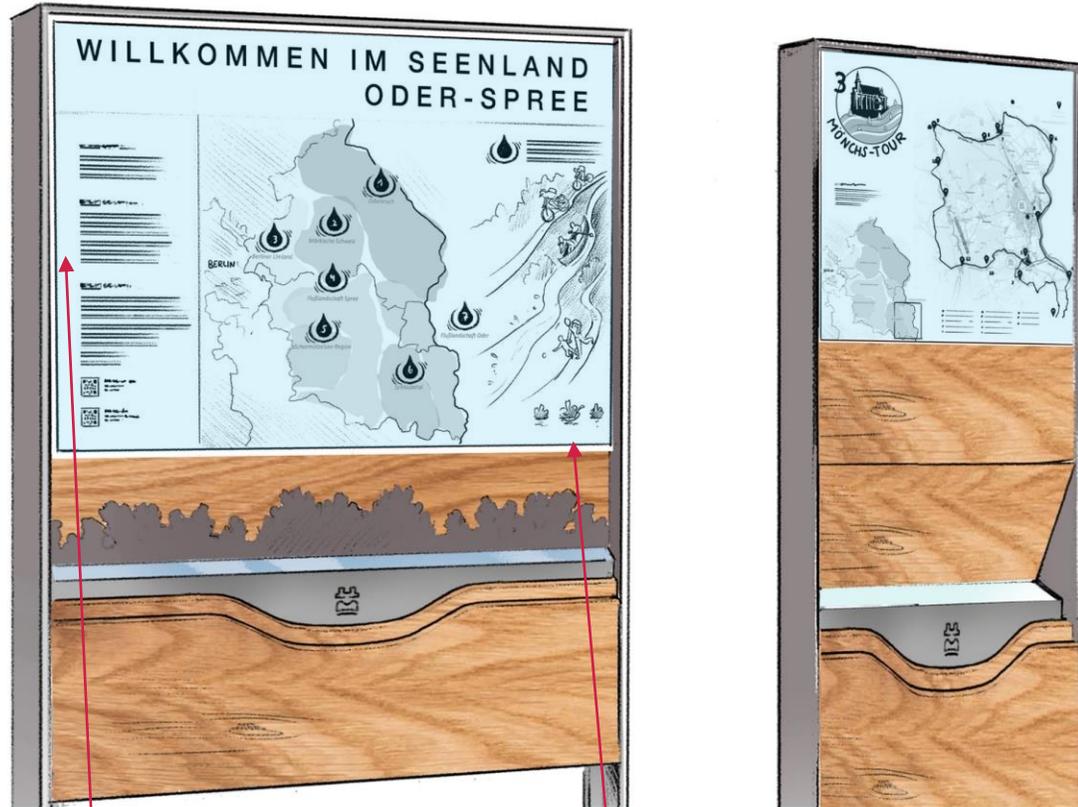


Seenland-Schaukel



Seenland-Pendel

Infosystem



Spiegelung individueller Inhalte im Wasser/Spiegel durch Silhouette



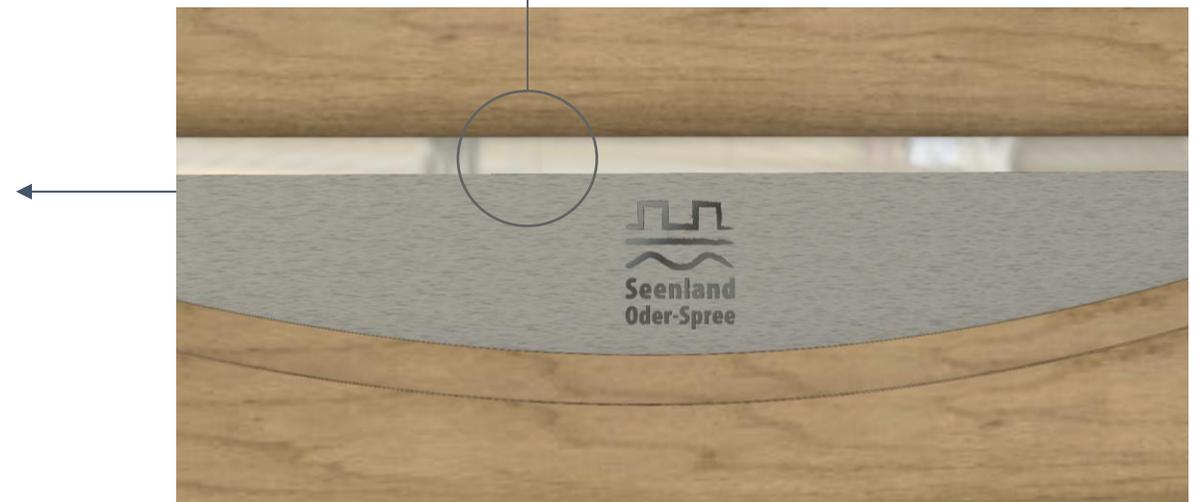
Platz für Inhalte und Logos der Orte, Erlebnisräume und Partner je nach Bedarf dabei (Bsp.: Flusslandschaft Spree, Fürstenwalde)

SPIEGELEMENT:
Edelstahl poliert / gebürstet
Je nach Region / Route Spiegelmotiv individualisierbar

Überarbeitete Variante – Im Spiegel der Seenlandschaft

Infosystem

Beispiel Silhouette Fürstenwalde im Spiegel

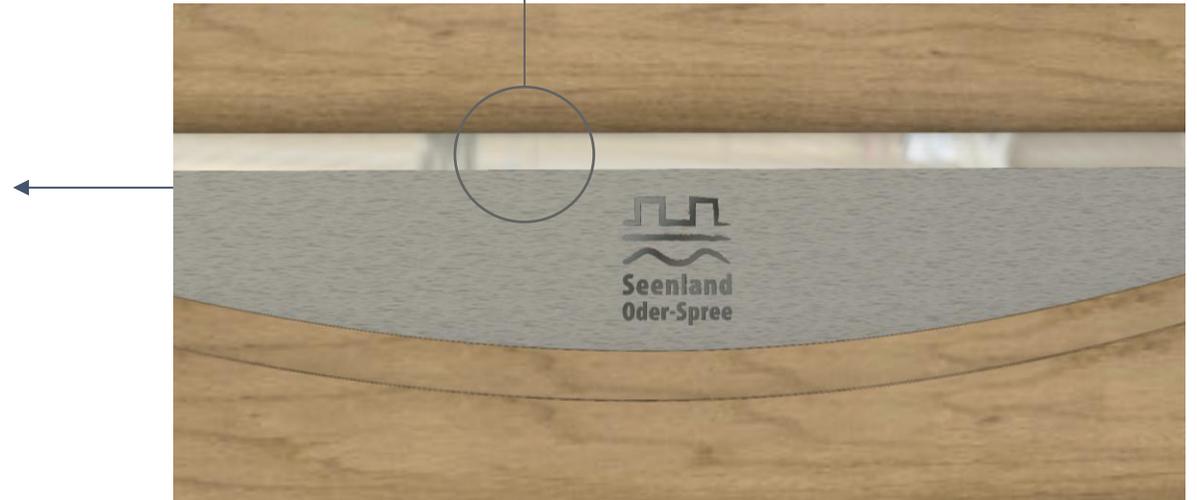


SPIEGELELEMENT:
Edelstahl poliert / gebürstet
Je nach Region / Route Spiegelmotiv individualisierbar

Überarbeitete Variante – Im Spiegel der Seenlandschaft

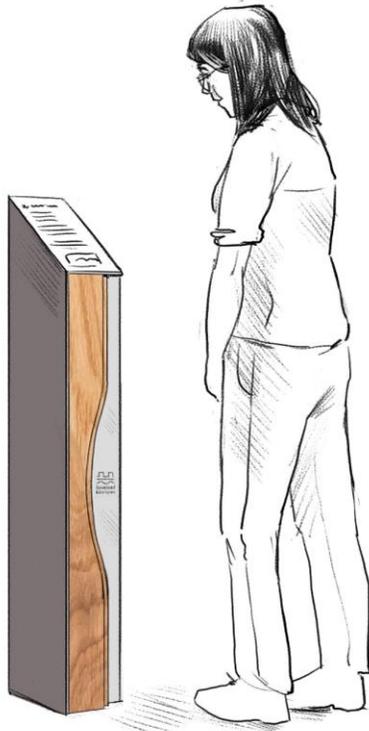
Infosystem

Beispiel Silhouette Kloster Neuzelle



SPIEGELELEMENT:
Edelstahl poliert / gebürstet
Je nach Region / Route Spiegelmotiv individualisierbar

Infosystem



Schaupunkt „Light – Info“



Schaupunkt Diaviewer & Blickrichter

Künstlerisches Element

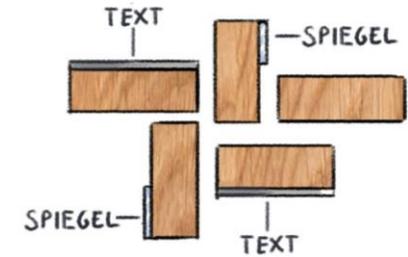


EINFANGEN DER BETRACHTER
MEHR ALS KUNSTOBJEKT:
FOTOPOINT & RASTPLATZ in einem

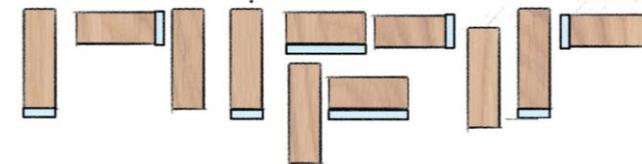
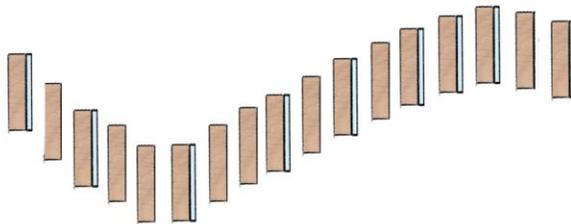
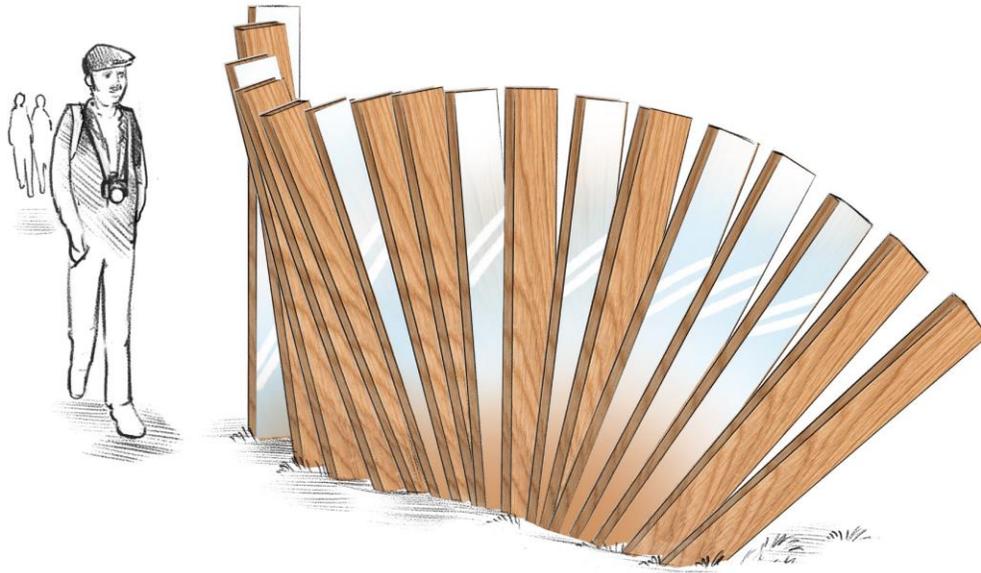
KENNZEICHNEN DER LIEBLINGSBLICKE



Künstlerisches Element



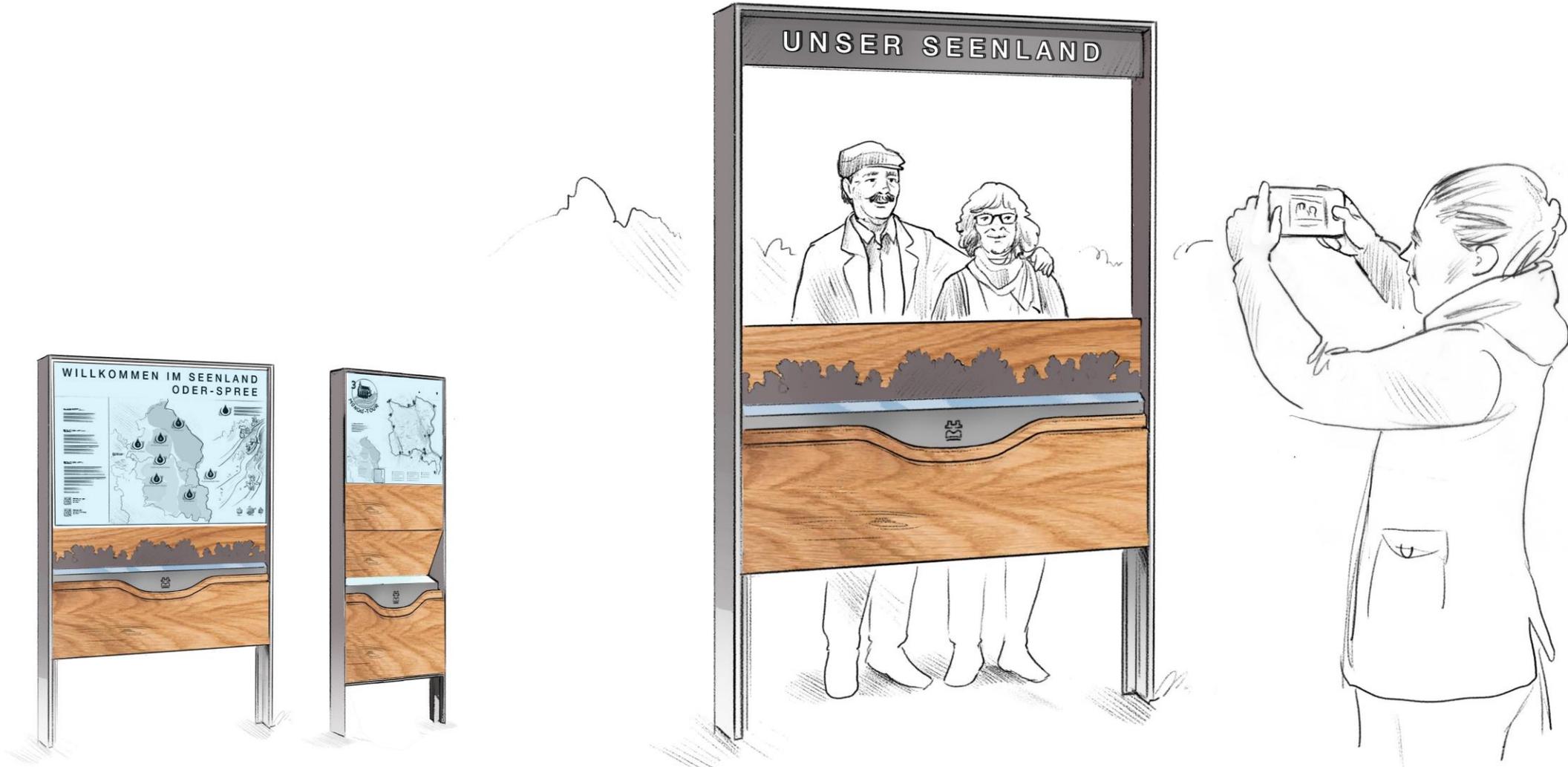
Künstlerisches Element



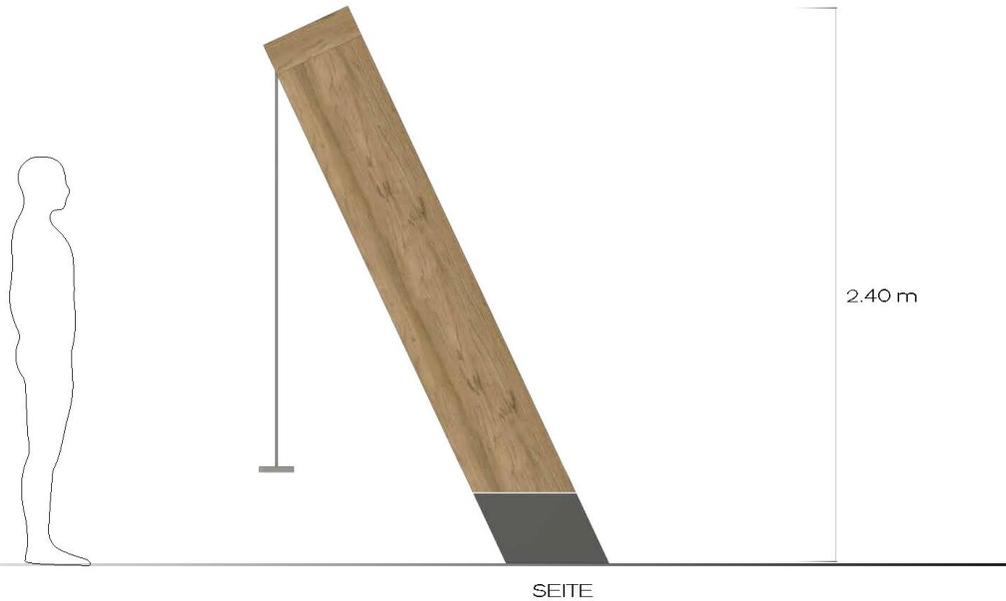
Verweil- und erlebnisunterstützende Infrastruktur



Verweil- und erlebnisunterstützende Infrastruktur

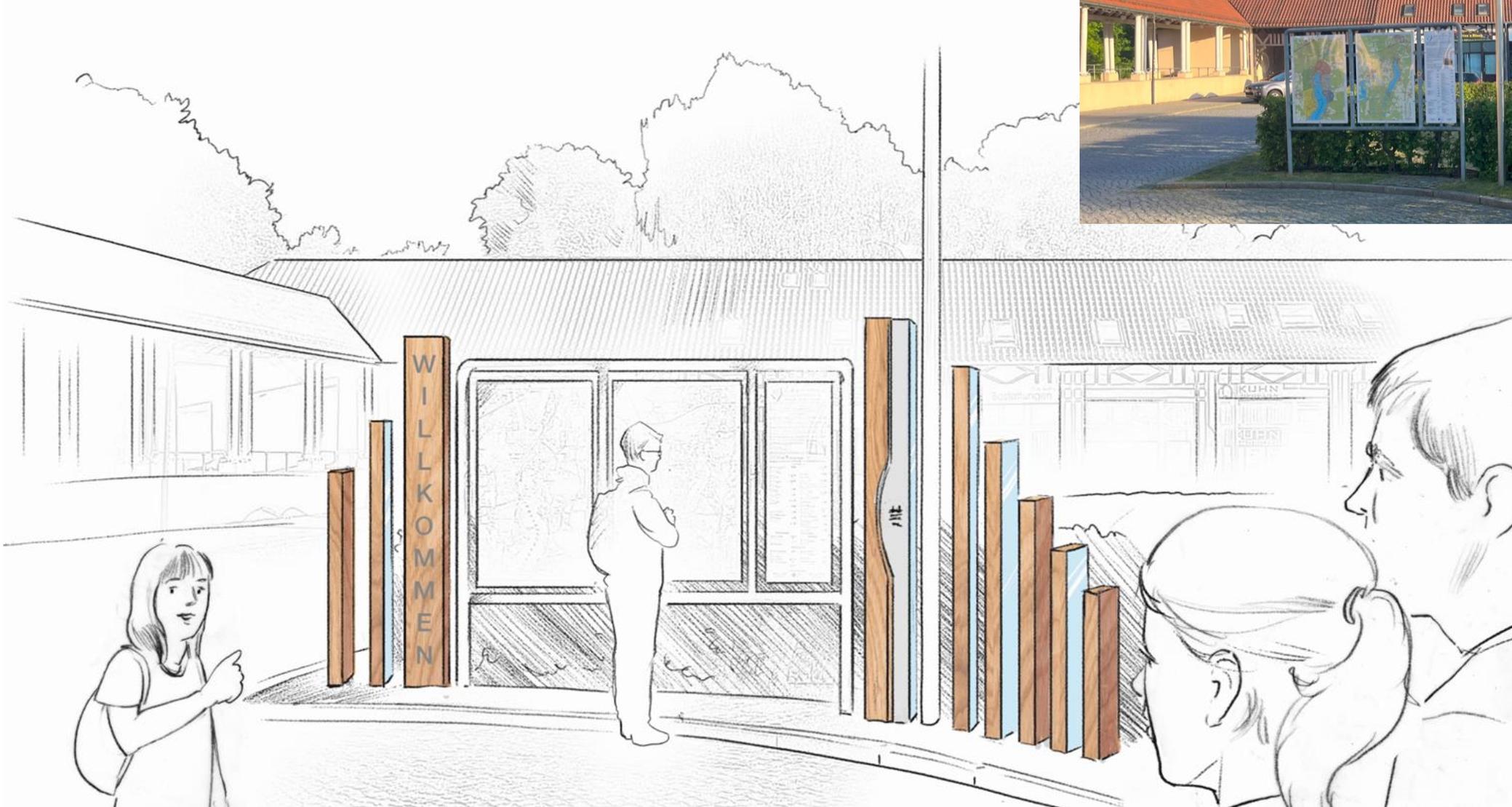


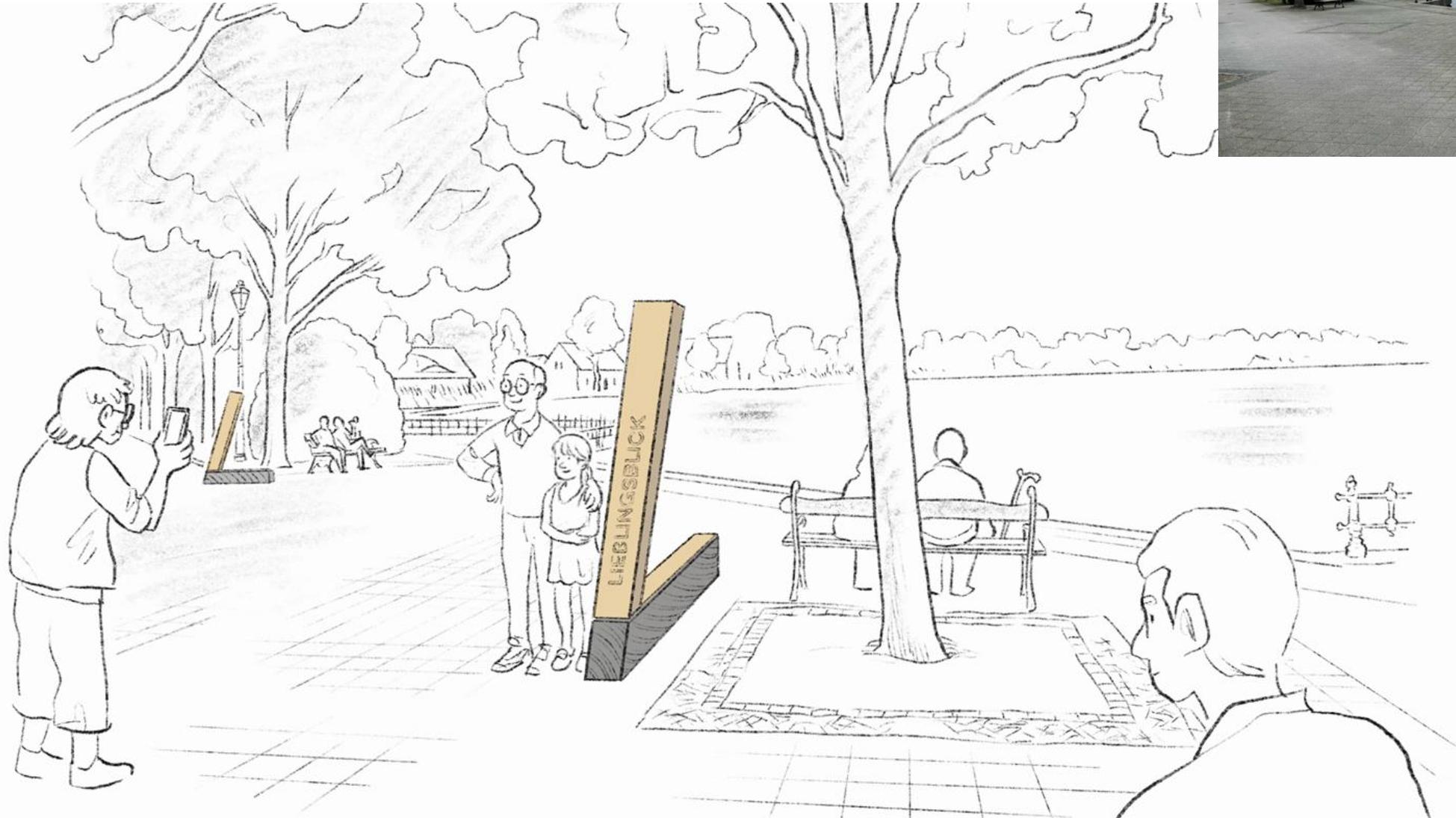
Verweil- und erlebnisunterstützende Infrastruktur



Kernorte

Beispielhaft Bad Saarow Bahnhof





Müllrose:
Lieblingsblick



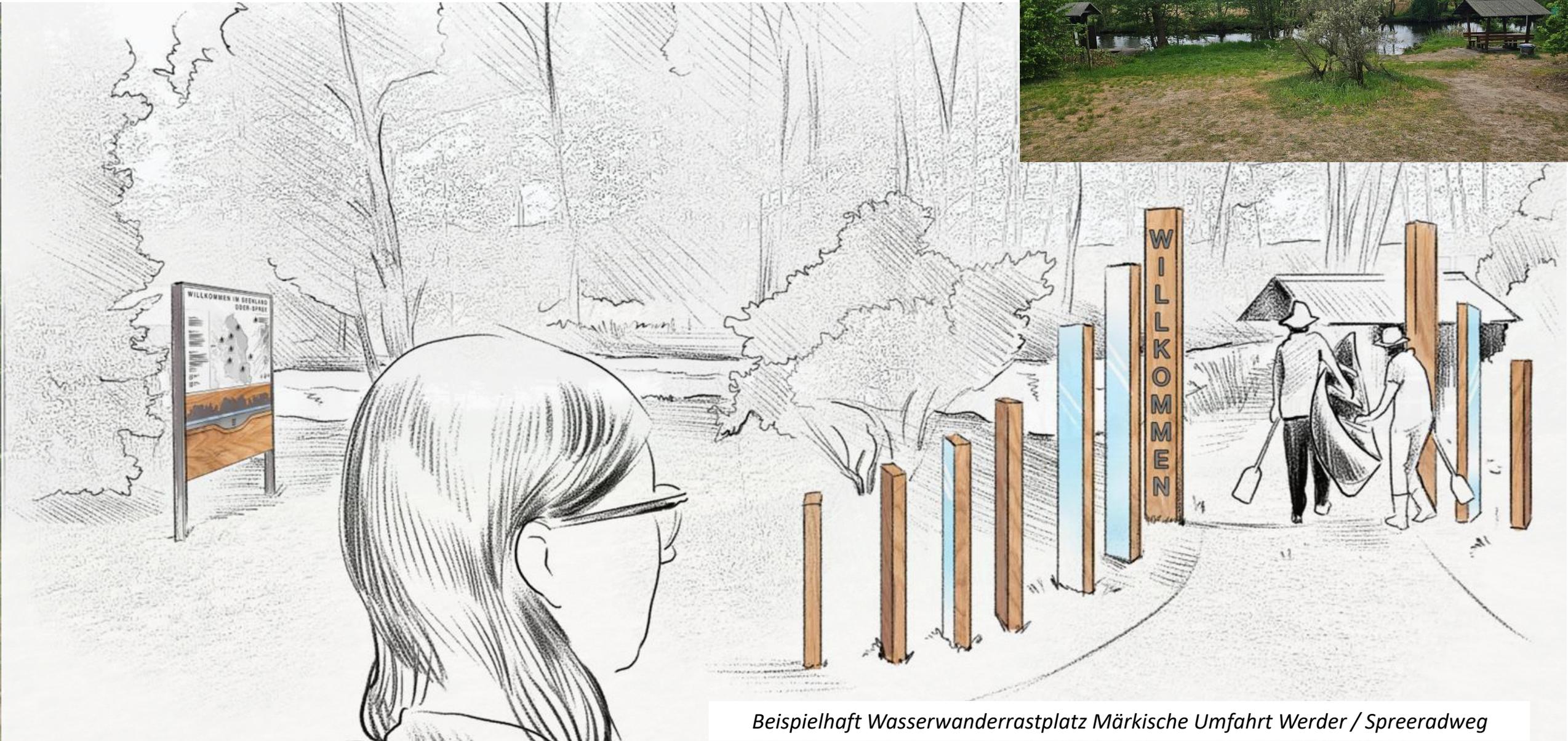
*Beispielhaft
Müllrose,
Start Schlaubetal-
Wanderweg*

Knotenpunkte – Bestehende Infrastruktur



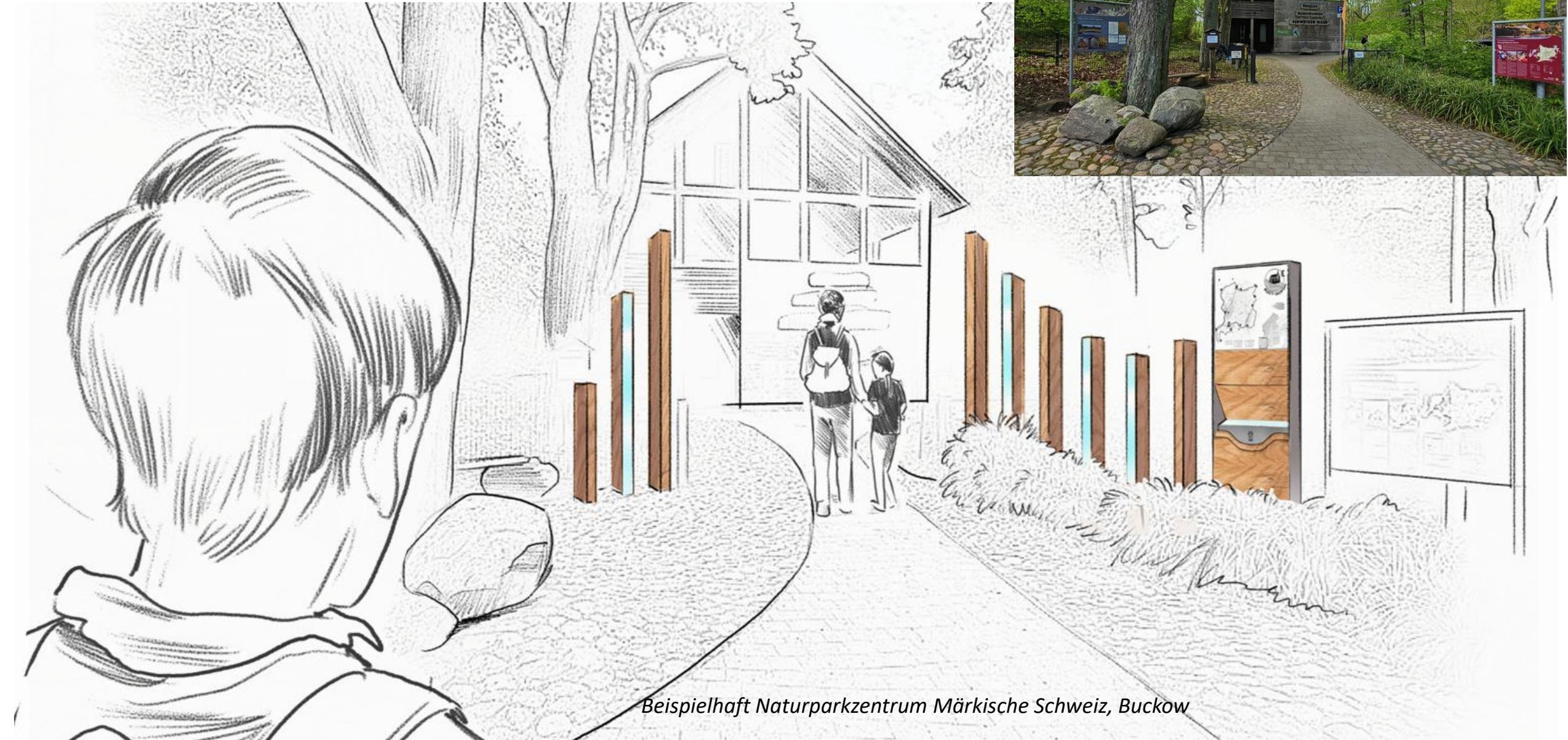
*Beispielhaft Knotenpunkt
66-Seen-Weg, Erkner*

Eingangstore



Beispielhaft Wasserwanderrastplatz Märkische Umfahrt Werder / Spreeradweg

Ankerattraktionen



Beispielhaft Naturparkzentrum Märkische Schweiz, Buckow

Lieblingsblicke

Naturatrail Märkische Schweiz: Lieblingsblick und gleichzeitig Erlebnisort Eiszeit Krugberg
Infosteile klein und Lieblingsblick-L?



Beispielhaft
Aussicht Krugberg,
Märkische Schweiz



1

Zielsetzung, angestrebte Projektergebnisse und Vorgehen

2

Aktueller Stand: Gestaltungsrichtlinien

3

Aktueller Stand: Erlebnisraumkonzepte Premiumrouten +
Produktentwicklung

4

Weiteres Vorgehen und nächste Schritte

Unsere Routen...

2

... haben ein verbindendes Thema haben, das stringent erzählt wird.

3

... erzählen spannende Geschichten, aufeinander abgestimmt.

1

... müssen das Seenland und den jeweiligen Erlebnisraum bzw. Kernort präsentieren

4

... binden authentische Storyteller aktiv ein.

7

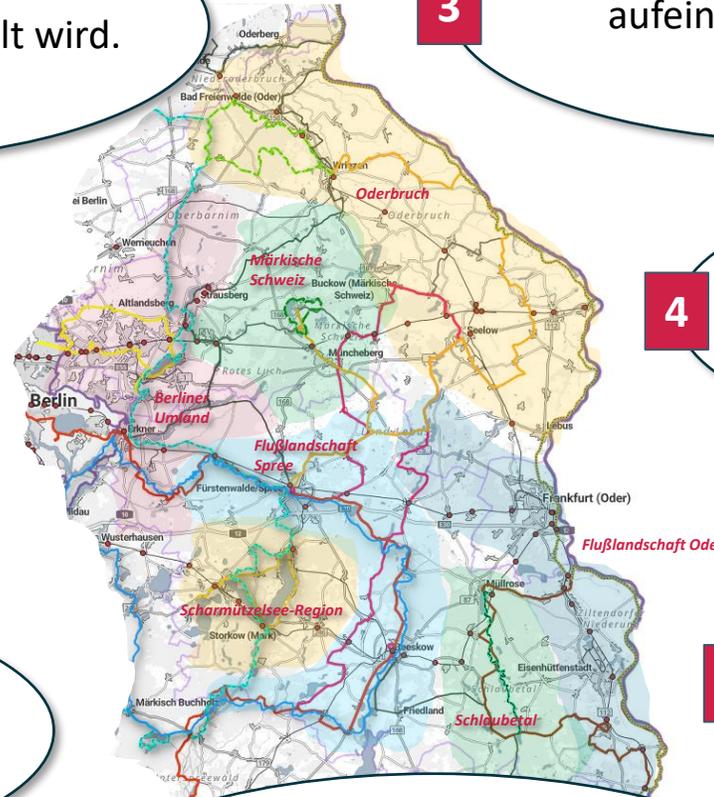
... bieten ein einheitliches Erscheinungsbild mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität.

5

... werden dramaturgisch entwickelt - wie ein Theaterstück.

6

... stellen Verbindungen zu weiteren Räumen, Produkten und Erlebnissen mit klarem Mehrwert her.



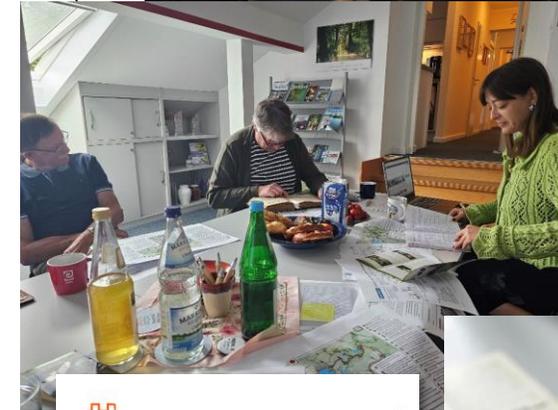
Naturparkroute Märkische Schweiz + Naturatrail



Einbindung der Region und Partner in die Arbeiten:

(Amt/Touristinformation, Naturpark, Naturfreunde Brandenburg, Umweltzentrum 3 Eichen, etc.):

- ✓ **Workshop zum Erlebnisraum Märkische Schweiz / Leitgeschichte**
- ✓ **Begehungen und Standortprüfungen**
- ✓ **Workshops Erlebnisraumentwicklung Naturparkroute Märkische Schweiz + NaturaTrail.**
 - ✓ Basisinfrastruktur, Potenziale
 - ✓ Storytelling, Ausstattung der Erlebnisorte, Infrastruktur
 - ✓ Produktentwicklung und Kommunikation
- ✓ **Einzelabstimmungen** Storys mit Naturpark und Touristinformation, Drei Eichen, Naturfreunde etc.
- ✓ **Akquirierung Storyteller** (u.a. per Audiospur / Podcast: bspw. Dr.
- ✓ Inhaltliches Gesamtkonzept und Ausstattung an den Kontaktpunkten und Erlebnisorten
- ✓ Abstimmung mit Amtsdirektor
- ✓ Einbindung Müncheberg



Arbeitsstand 10.06.24
Erlebnisraumkonzept: Naturparkroute / NaturaTrail



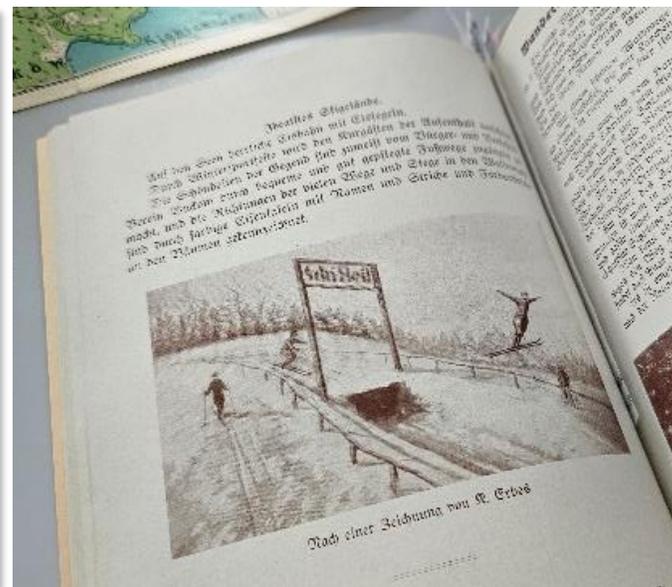
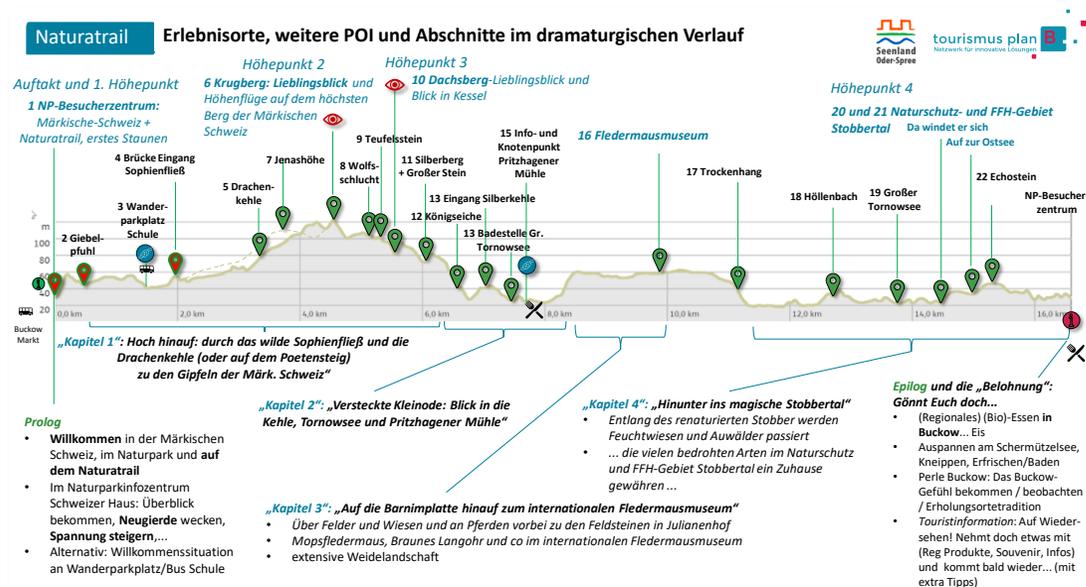
Anstehend / Ausblick: Abschlussworkshop, Vorbereitung Umsetzung

Anknüpfung an Leitgeschichte des Seenlands und der Märkischen Schweiz: Höhenflüge, Phänomene und Besonderheiten in DER eiszeitlichen Musterlandschaft im Land Brandenburg – Perspektivwechsel:

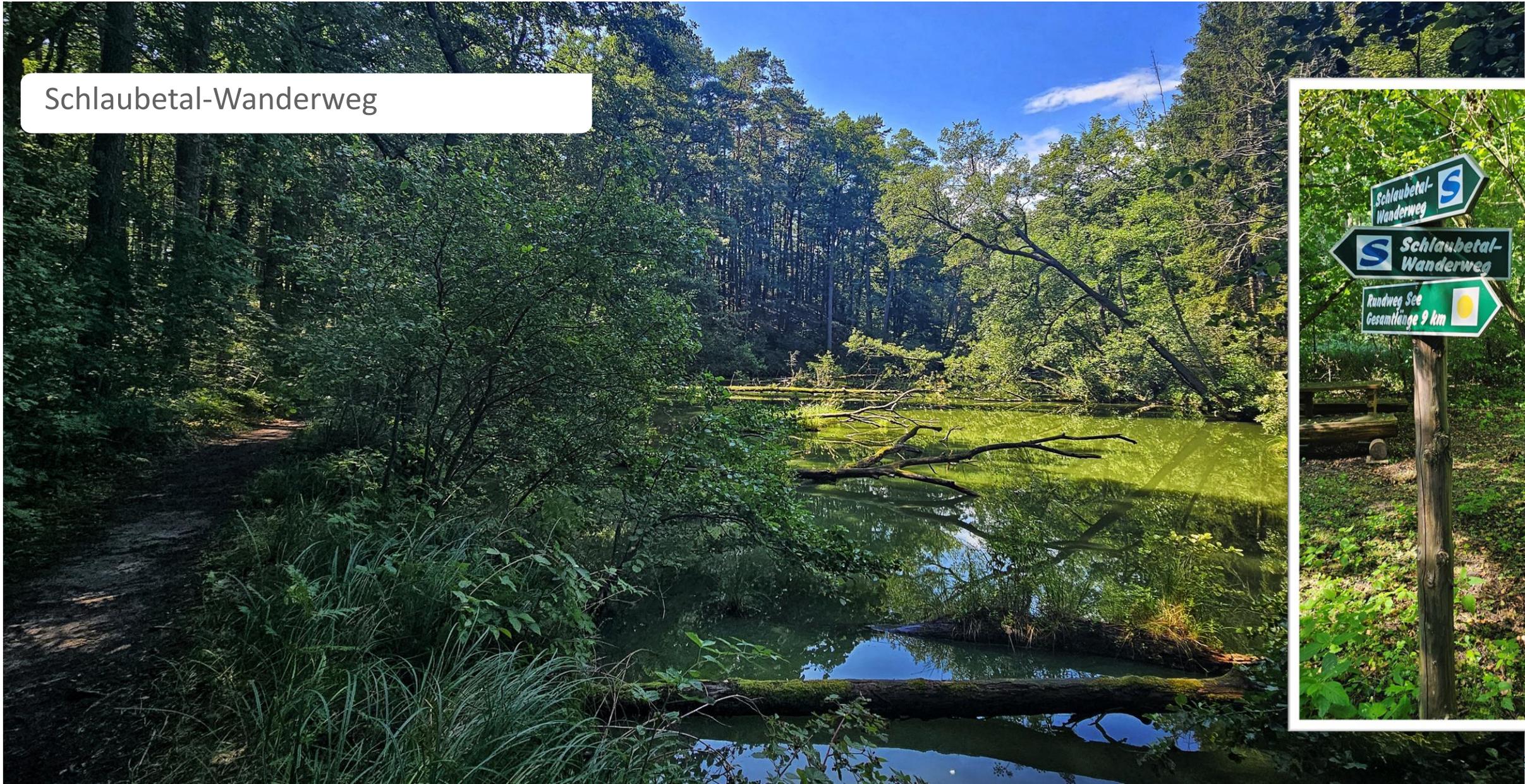
- **storyline 1: Besondere Orte – damals** (Magisches, Erfundenes, Natur, Kulturlandschaft, Tourismustradition, Fontane) **und in heutiger Erklärung**
- **storyline 2: Veränderung der (Kultur)Landschaft inkl. aktuelle Themen** wie Klima-, Wasserveränderung, Biodiversität, Naturschutz etc.

- **An je ca. 20 Kontaktpunkten** wird je nach Funktion Spannendes erzählt (ca. 7-8 neu zu bespielende POI, 10-12 zu integrieren / optimieren / erweitern)
- **Verknüpfung mit Naturparkzentrum** als inhaltlicher Nukleus und als erzählerischer Startpunkt der beiden Premiumrouten

Einbindung künftige Lieblingsblicke: Beispiel Krugberg



Schlaubetal-Wanderweg

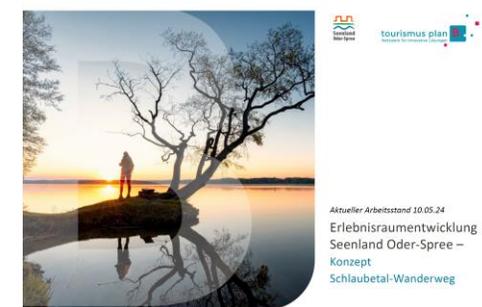
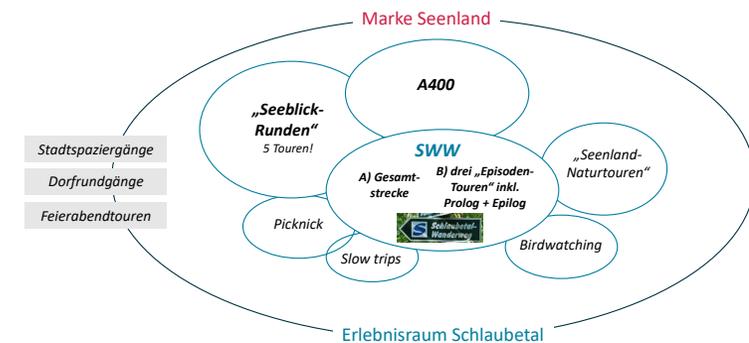


Einbindung der Region und Partner

TMS, Naturwacht, Naturpark, Leistungsträger, Amt, Verknüpfung mit Erholungsortekonzeption Müllrose, ...)

- ✓ **Leitgeschichte Erlebnisraum Schlaubetal / Workshop**
- ✓ **Begehung und Analyse**
- ✓ **Mehrere Workshops Erlebnisraumentwicklung Schlaubetal-Wanderweg**
 - ✓ Basisinfrastruktur, Potenziale
 - ✓ Storytelling, Ausstattung der Erlebnisorte Infrastruktur
 - ✓ Produktentwicklung und Kommunikation
- ✓ **Einzelabstimmungen mit Naturpark, Naturwacht, regionale Storyteller → z.B. Ragower Mühle, Ranger Naturpark**
- ✓ **Konkretisierung Erzählinhalte und Ausstattung an den Kontaktpunkten**
- ✓ **Einbindung Wegewart**
- ✓ **Inhaltliches Gesamtkonzept und Ausstattung an den Kontaktpunkten und Erlebnisorten**

Anstehend: Detailabstimmungen, Schlussabstimmung, u.a. mit Amt und Vorbereitung Umsetzung





3 Episoden + Prolog und Epilog, die zu rund 20 besonderen Erlebnissen, Geheimnissen, Kleinoden, Bachflüsterorten führen. Klare inhaltliche Struktur, Nutzen, unvergessliche Erfahrungen zum aktiven Entdecken oder einfach nur zum Verweilen und Genießen.

Prolog (Vorwort)

- Müllrose - das Tor zum Schlaubetal:
- ein einladender Empfang
 - Vorbereitend, wenn Du willst
 - Überblick und Einordnend
 - hinführend, behutsam startend ...

- 1 P1 BIZ/TI/Heimattmuseum
- 2 P2 Mühle Oderland, Mühlenladen
- 3 P3 Promenade Müllroser See, Lieblingsblick

Episode 1 auf dem Weg zur Schlaubequelle: „Das Wandern ist des Müllers Lust“

Vom Müllroser See durchs untere Schlaubetal zum Kupferhammer. - ca. 8 km (2,5h-3h gemütl. Gehzeit)

Vom größten See des Schlaubetal zur Suche nach der Schlaube. Gefühd, noch versteckt sie sich in einer breiten Wiesenlandschaft, die mit zahlreichen Sumpfflächen durchsetzt ist und beschützt das seltene Braunnahmoor gleich mit. Doch Orchideen am Wegesrand verkürzen das Warten.

Und dann endlich: Du triffst die Schlaube erstmals so richtig an der Ragower Mühle. Ein idyllischer Pausenort, wo Du den kleinen Fluss erstmals flüsternd hörst, mit Blick hinter die Kulissen und am lost place der Mittelmühle weit in die Vergangenheit. Vor dem Etappenfinale am Kupferhammer ein spannender Einblick in die Bachflur am Schlaube-Mäander.

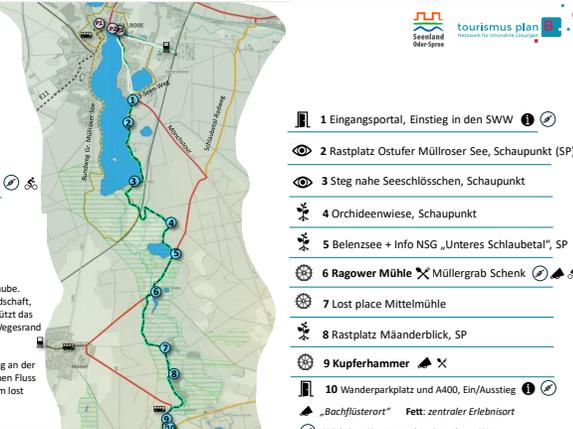
Episode 2 auf dem Weg zur Schlaubequelle: „Vom Bach zur Seenkette“

Kupferhammer zur Bremsdorfer Mühle - ca. 10 km (ca. 3,5h gemütl. Gehzeit)

Eben noch schmal und rauschend verändert die Schlaube immer wieder ihr Gesicht - nun gemächlich fließend in der Form von 6 Seen.

Lass Dich von ihr durch die gebirgsartige Schlauberinne leiten, an Amazonasartig wirkenden Flussarmen vorbei und Dich nach Siedlichum verführen, wo sich zwischen zwei Schlaubessen auf einer idyllischen, abgelegenen Anhöhe ein verstecktes und Gesichts-umwobenes Anwesen und ein herrlicher Pausenort befindet.

Magische Blicke auf die eiszeitlich entstanden Seen und kleine, flüsternde Zuflüsse werden Dich immer wieder faszinieren bevor Du Dich an der Bremsdorfer Mühle für Himmel oder Hölle entscheiden musst.



- 1 Eingangsportal, Einstieg in den SWW
- 2 Rastplatz Ostufer Müllroser See, Schaupunkt (SP)
- 3 Steg nahe Seeschlösschen, Schaupunkt
- 4 Orchideenwiese, Schaupunkt
- 5 Belenzsee + Info NSG „Unteres Schlaubetal“, SP
- 6 Ragower Mühle X Müllergrab Schenk
- 7 Lost place Mittelmühle
- 8 Rastplatz Mäanderblick, SP
- 9 Kupferhammer
- 10 Wanderparkplatz und A400, Ein/Ausstieg

Episode 2 auf dem Weg zur Schlaubequelle: „Vom Bach zur Seenkette“

Kupferhammer zur Bremsdorfer Mühle - ca. 10 km (ca. 3,5h gemütl. Gehzeit)

Eben noch schmal und rauschend verändert die Schlaube immer wieder ihr Gesicht - nun gemächlich fließend in der Form von 6 Seen.

Lass Dich von ihr durch die gebirgsartige Schlauberinne leiten, an Amazonasartig wirkenden Flussarmen vorbei und Dich nach Siedlichum verführen, wo sich zwischen zwei Schlaubessen auf einer idyllischen, abgelegenen Anhöhe ein verstecktes und Gesichts-umwobenes Anwesen und ein herrlicher Pausenort befindet.

Magische Blicke auf die eiszeitlich entstanden Seen und kleine, flüsternde Zuflüsse werden Dich immer wieder faszinieren bevor Du Dich an der Bremsdorfer Mühle für Himmel oder Hölle entscheiden musst.



- 10 Wanderparkplatz und A400, Ein/Ausstieg
- 11 Schulzenwasser, Rastplatz, SP
- 12a Langensee, Rastplatz und Info, SP; 12b Schulzenwasser
- 13a+b Siedlichum Wanderparkplatz + Info NP
- 13c Forsthaus Siedlichum
- 14 Hammersee, Rastplatz, SP
- 15 Schlaubebrücke: Magic place, Wasserscheide, NSG "Schlaubetal"
- 16 Großer Treppensee, Rastplatz und Info Lieblingsblick
- 17 Planfließ-Querung, Naturlehrpfad
- 18a Bremsdorfer Mühle: Parkplatz, A400, Baden
- 18b Himmel & Hölle, Abstecher zum Lieblingsblick

- **Vorwort.** Müllrose (Tor zum Schlaubetal). Einladender Empfang, Überblick, künftiges BIZ/TI/Heimattmuseum
- **Episode 1:** „Das Wandern ist des Müllers Lust“
- **Episode 2:** „Vom Bach zur Seenkette“
- **Episode 3:** „Durch den wildromantischen Schlaube-Canyon“
- **Nachwort:** „Wirchensee und Schlaubequelle“

Episode 3 auf dem Weg zur Schlaubequelle:

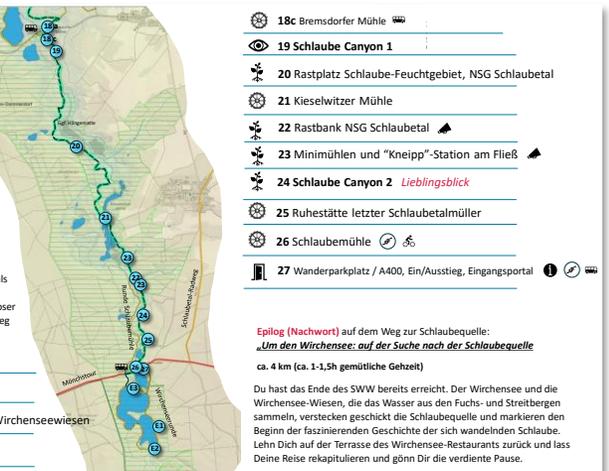
„Durch den wildromantischen Schlaube-Canyon und bei den Schlaube-Fischzüchtern vorbei“

Bremsdorfer Mühle zur Schlaubemühle - ca. 7,5 km (ca. 2,5h gemütl. Gehzeit)

Es wird dramatisch! Die Schlaube führt Dich langsam bergan und weiter zu ihrem Ursprung. Sie windet sich in engen Kurven dem Flusslauf folgend, unter mächtigen Buchen hindurch geht es in ganz dunkle, kühl und schattige Bereiche unter dem dichten Laubwerk. Der Weg wird eng und abenteuerlich.

Du spürst die Höhenunterschiede bevor es wieder hell und friedlich wird und die Lichtung der Kieselwitzer Mühle empfängt, wo noch heute an der Schlaube Fische gezüchtet werden. Schließlich steht das Finale an: nochmals ein spektakulärer Blick in den Schlaube-Canyon, den die Schlaube in jahrtausender, konstanter Arbeit in die Lieberoser Hochfläche gezaubert hat, bevor der Schlaubetalwanderweg an der ehemaligen Schlaubemühle endet.

- E1 Försterblick Lieblingsblick
- E2 Schlaubebrücke an Schlaubequelle Wirchenseewiesen
- E3 Hotel-Restaurant Wirchensee



- 18c Bremsdorfer Mühle
- 19 Schlaube Canyon 1
- 20 Rastplatz Schlaube-Feuchtgebiet, NSG Schlaubetal
- 21 Kieselwitzer Mühle
- 22 Rastbank NSG Schlaubetal
- 23 Minimühlen und "Kneipp"-Station am Fließ
- 24 Schlaube Canyon 2 Lieblingsblick
- 25 Ruhstätte letzter Schlaubetalmüller
- 26 Schlaubemühle
- 27 Wanderparkplatz / A400, Ein/Ausstieg, Eingangsportal

Epilog (Nachwort) auf dem Weg zur Schlaubequelle: „Um den Wirchensee: auf der Suche nach der Schlaubequelle“

ca. 4 km (ca. 1-1,5h gemütl. Gehzeit)

Du hast das Ende des SWW bereits erreicht. Der Wirchensee und die Wirchensee-Wiesen, die das Wasser aus den Fuchs- und Streitbergen sammeln, verstecken geschickt die Schlaubequelle und markieren den Beginn der faszinierenden Geschichte der sich wandelnden Schlaube. Lehn Dich auf der Terrasse des Wirchensee-Restaurants zurück und lass Deine Reise rekapitulieren und gönne Dir die verdiente Pause.

Kleinode, Phänomene und Besonderheiten, zu denen uns die die Schlaube führt und zielgruppengerechte Hintergründe „aufdeckt“ und Begegnungen und Erlebnisse ermöglicht → **zwei zentrale Subthemen**

- **Naturparadies Schlaubetal - das wirst Du so nur im Schlaubetal finden:**



- Landschaft mit Profil (BIZ: formenreich): Eiszeit, Wasser, Moore, Feuchtwiesen, Hangtäler und was die Wanderer spüren und erfahren können
- DER Bach und Wasser: Schlaube in untersch. Gesichtern (Bach, See...), mit allen Sinnen wahrnehmen.
- Einzigartige und vielfältige Arten und Lebensräume entlang des Weges: Flora/Fauna, Wasser(scheide), Wald, Birdwatching, Klimaherausforderungen



- **Mühlen und Menschen - die Schlaube bewegt:** Kleinode und Verborgene Orte, wo Menschen entlang der Schlaube gewirkt haben und Wirken. Was entstanden ist, was verflossen ist oder was sie heute antreibt



- Diese werden an – in behutsamer Inszenierung – am und um den SWW (per dezenten Hinweisen, wenig unterstützender Infrastruktur sowie per Contentaufbereitung und Produkten wie besondere Natur-Führungen transportiert.



Beispiel: Lost place
Mittelmühle wieder
lebendig machen und als
Diaviewer-Schaupunkt +
Story auf dem
Wanderweg einbinden!



Das Wehr der Mittelmühle um 1925



Drei Töchter des Besitzers der Mittelmühle Ferdinand Zeidler sen. auf dem Mühlenhof um 1895



Bewahrung des kulturellen Erbes der Region und Einbindung in die Story Schlaubetal und Schlaubetal-Wanderweg.

- ✓ Wir binden authentische Storyteller aktiv ein.: **Baldur Börner erzählt**
- ✓ Auspielung über Infosteile vor Ort / QR-Code und im Content-System / Web
- ✓ Einbindung in Seenland Podcast



Naturparadies: so nur bei uns im Schlaubetal!



Mühlen + Menschen – die Schlaube bewegt!



Zu Besuch in der Ragower Mühle im Schlaubetal

In dieser Folge sind wir unterwegs im Naturpark Schlaubetal. Im schönsten Bachtal Ostbrandenburgs statten wir der **Ragower Mühle** einen Besuch ab. Wir erfahren, bis wann das heutige technische Denkmal noch seiner eigentlichen Bestimmung nachging und welche großartigen Allround-Talente die Müller einst waren. Der engagierte Mühleninhaber **Baldur Börner** erzählt interessante Geschichten über das einstige Mühlental im Südosten des Seenland Oder-Spree und erklärt unter anderem, was das Mahlen von Mehl mit der Karnevalszeit zu tun hat.

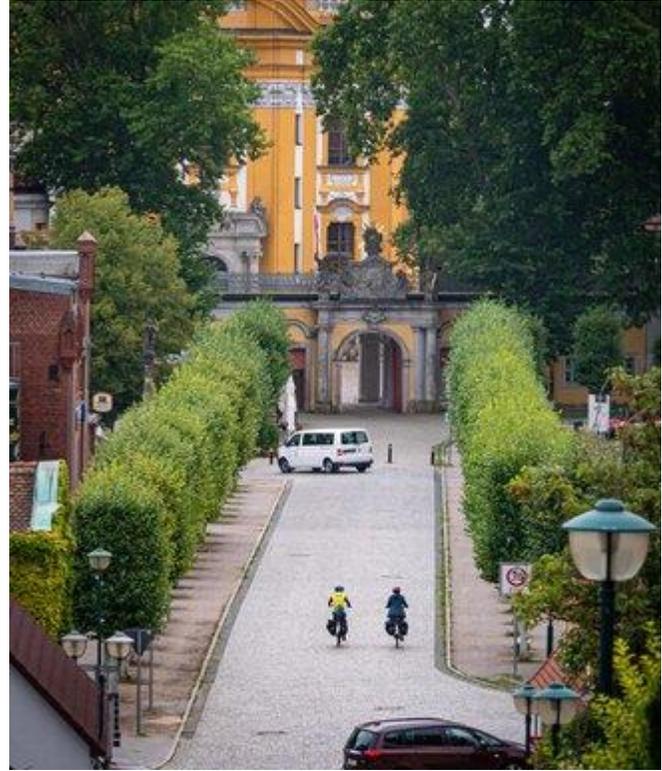
(Aufgezeichnet im November 2023)

- 1 Eingangsportal, Einstieg in den SWW
- 2 Rastplatz Ostufer Müllroser See, Schaupunkt (SP)
- 3 Steg nahe Seeschlösschen, Schaupunkt
- 4 Orchideenwiese, Schaupunkt
- 5 Belenzsee + Info NSG „Unteres Schlaubetal“, SP
- 6 Ragower Mühle Müllergrab Schenk
- 7 Lost place Mittelmühle
- 8 Rastplatz Mäanderblick, SP
- 9 Kupferhammer
- 10 Wanderparkplatz und A400, Ein/Ausstieg

„Bachflüsterort“ Fett: zentraler Erlebnisort
Wichtiger Knotenpunkt mit anderen Wegen
Schnittstelle Mönchstour



Mönchstour



Einbindung der Region und Partner

Neuzelle, Eisenhüttenstadt, Brieskow-Finkenheerd, Tourismusverein Schlaubetal, Stiftung Stift Neuzelle, Naturpark Schlaubetal, auch Hotels – Kaisermühl, Prinz Albrecht, Klosterhotel, Waldseehotel Wirchensee, Radlerhof Aurith, Einbindung Regionale Produzenten...), über zahlreiche Workshops und Abstimmungstermine

- ✓ Workshop zum Erlebnisraum
- ✓ Befahrung und Standortprüfungen
- ✓ Workshops Mönchstour
 - ✓ Basisinfrastruktur, Potenziale
 - ✓ Storytelling
 - ✓ Ausstattung der Erlebnisorte Infrastruktur
 - ✓ Produktentwicklung und Kommunikation
- ✓ Inhaltliches Gesamtkonzept und Ausstattung an den Kontaktpunkten und Erlebnisorten
- Derzeit Texterstellung Geschichten / Erlebnisorte



Die Mönchstour: Leben und Arbeiten der Mönche auf 110 km Radweg – Landentwicklung durch die Zisterzienser

Auch für die die Mönchstour wurde ein verbindendes Thema herausgearbeitet, das stringent erzählt wird.



Geschichte und Wirken der Neuzeller Mönche durch das romantische Schlaubetal und entlang des wilden Stroms (→ Landschaftsbezug ist mit dabei! → Stille, Idylle, Romantik...). Dabei Leben und Arbeiten „erfahren“ in unterschiedlichen Facetten und zu unterschiedlichen Zeiten: früher – heute – morgen; 4 Themenbereiche:

- Arbeiten, Wirtschaften und Bildung
- Beten, Ruhen, Meditieren
- Ernährung, Klosterküche
- Gesundheit



Alle „Lieblingsblicke“ werden mit den Regeln des heiligen Benedikt ausgestattet

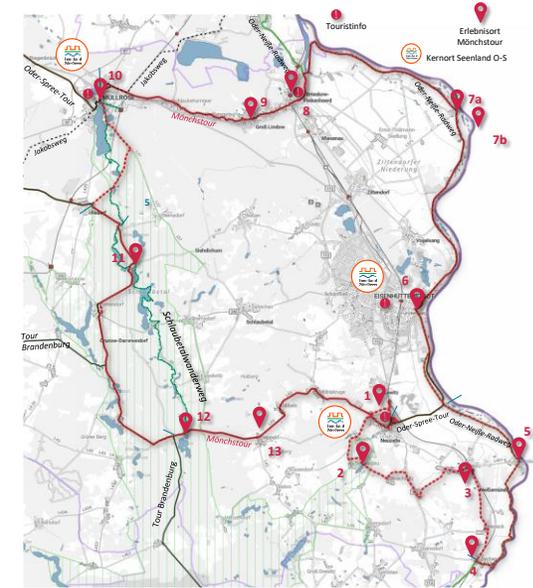


Waldimkerei, Kräutergarten, neues Kloster: früher – heute - morgen



Metastory + Schwerpunktthemen + Entwicklungsansatz

- **12 Erlebnisstationen** definiert, alle mit direkten Bezügen zu den abgeleiteten Themen und mit guten Storys; Beispiele: Dammbau / Hochwasser, Kloster-/Küchengarten, Bauernaufstand, Klosterwald, Fischfang, Bierstreit...; Storyteller: Abt Martinus Graff (1678- 1741), bekannter Neuzeller Abt, jeweils im Zwiegespräch mit weiteren Personen
- **Durchgehender Storyteller**, im Zwiegespräch mit weiteren Storytellern: **Abt Martinus Graff, 1678 -1741**
- Produktbestandteil: Offene Kirchen entlang der Mönchstour, **festgelegt**
- Weitere Produkte mit thematischem Bezug zur Mönchstour sollen Wertschöpfung generieren



Produkte mit Bezug zur Mönchstour

■ Herausgearbeitete Ansätze:

Klosterbrauerei, Neuzelle

Mönchs-Limonade

Ggf. „Sonderedition“ für die Mönchstour

Alle Biere der Klosterbrauerei Neuzelle können als „Mönchstour-Biere“ bezeichnet werden

Fleischerei Baum, Neuzelle

Mönchsknüttel

Schlanke Rindswurst, leicht geräuchert, historisch mit Zimt, Nelke, Muskat, Rezeptur wird noch entwickelt

Verkauf im Laden

Verbindung Brände /Geiste mit den Mönchen nur indirekt, allerdings: Geschichte kann auch mit Blick in das Heute erzählt werden

Nico Petri, Neuzelle

Brand „Kräuteller“

Mit Kräutern aus dem Klostergarten
Label oder Aufkleber, noch unklar

Honigstube, Kunitz

Peeling, Badezusatz oder Seife (→ Mönchsbad!)

Grundlage: Honig, heimische Kräuter, ggf. aus dem Kräutergarten

Leider können keine Lebensmittel verkauft werden (Hygienevorgaben), allerdings Kräuterwanderungen, Retreats etc.

Treberbrot gibt es noch

Cafea & Olea, Neuzelle

Mönchsschnitte

Verkauf im eigenen Laden
Absprache mit Bäckerin noch durchzuführen

Annelies Naturköstlichkeiten, FFO

Mönchs-Tee und Mönchs-Essig

Rezeptur wird noch abgestimmt, alter Klosterkräuter

Label noch unklar

Großes Interesse!

Weitere Ideen:

Weingut Patke einbinden, baut auch Wein des Winzervereins Neuzelle aus

Agrargenossenschaft Neuzelle ansprechen

Fürstenberger Kunsthof ansprechen: Deichbrötchen

Bäcker Dreißig hatte „Stiftsbrot“ zum Klosterjubiläum: Neuauflage?

Wilde Klosterküche, Neuzelle

Mönchs-Gin und ggf. Schmalz

Auf Basis von Produkten aus dem Kräutergarten

Sägewerk Naschke, Neuzelle

Gravuren auf Armband / Flaschenöffner etc.

Näheres noch zu klären

Adler trifft Zander

ÄLTESTE BRAUEREI DER WELT

- * Kürbiscremesuppe 5,50 €
mit Lachsstreifen
- * Karpfen „Blau“ 16,50 €
mit Wurzelgemüse, zerl. Butter
Salzkartoffeln
- * Karpfen „Malzkiersauce“ 16,50 €
Salzkartoffeln,
Gurkensalat
- * Hechtfilet 18,00 €
Rahmwirsing, Bratkartoffeln
- * Heiße Pflaumen 5,50 €
mit 2 Kugeln Eis und Sahne
- * Hausgemachte Waffel 5,50 €
mit 1 Kugel Vanilleeis,
Pflaumen und Sahne
- * Heißer Sanddorn 3,50 €
mit Likör 4,50 €

Empfehlung

- * frische Forelle
vom Fischer „Olli“
- * Gänsebrust mit
Rotkohl u. Klößen
- * Zanderfilet mit
Gemüse u. Kroketten
- * Kalbsschuitzel



Einbindung der Region und Partner

z.B. TV Scharmützelsee, Amt Scharmützelsee, Stadt Storkow, Naturpark Dahme-Heideseen, Sielmannstiftung private Leistungsträger, Fischereigenossenschaft Storkow, Fischhaus Wendisch Rietz, ...:

- ✓ Workshop zum Erlebnisraum
- ✓ Workshops Erlebnisraumentwicklung Adler trifft Zander
 - ✓ Basisinfrastruktur, Potenziale
 - ✓ Storytelling
 - ✓ Ausstattung der Erlebnisorte Infrastruktur
 - ✓ Produktentwicklung und Kommunikation
- ✓ Abstimmungen Naturwacht und Naturpark, BTU Cottbus
- ✓ Inhaltliches Gesamtkonzept
- ✓ **Verknüpfung mit AR-Projekt**



Metastory + Schwerpunktthemen + Entwicklungsansatz

- **Metastory Adler trifft Zander:** Genusstour per Rad mit Naturerlebnissen und kulinarischen Besonderheiten. Einblicke gewinnen in die Entstehung und in die Besonderheiten des Naturraums sowie in die Tradition des Fischfangs in der Region. Dabei Begegnungen, Austausch, Anstöße und Erlebnisse bei maritimem Urlaubscharme.
- Zwei Hauptthemen: **Natur** (Entstehung Naturraum, Vogelbeobachtung, Naturpark, Sielmann), **Kulinarik** (traditionelles Fischerhandwerk, Genuss, Regionalität), Nachhaltige Fischerei, Regionale Fischarten und ihre Verarbeitung,
- **13 Erlebnisstationen und 1 Schaupunkt definiert**, ebenfalls die Themen, **Geschichten ausgearbeitet**, u.a. Wiederherstellung Naturraum Binnendüne aus Sicht des Ameisenlöwes, Wiederansiedlung des Fischadlers, Salzwiesen, Wasserbüffel, regionale Fische, Zubereitung und Fischprodukte, Fangmethoden, Landschaftsmalerei am See, Theodor Fontane, **Storyteller alle festgelegt**
- Eine Station optional zu Fuß: entlang eines Naturlehrpfads zum Beobachtungsturm Selchow
- „Lieblingsblicke Seenland Oder-Spree“ festgelegt
- Badestellen entlang der Tour werden integriert, **sind festgelegt**



... mit spannenden Geschichten,
dramaturgisch aufeinander
abgestimmt.



Beispiel Naturgut Köllnitz

Warum braucht der Zander trübes Wasser?

Einblick gewinnen in den Zusammenhang zwischen Nährstoffreichtum und Fischbesatz; bei klarem Wasser wird der Zander bei Geburt blind ...

- Einblick gewinnen in Fischwirtschaft und Fangmethoden früher und heute, warum darf der Aal nicht bei Vollmond gefangen werden ?
- Nachhaltige Fischerei: warum Glasaale (0,5 g schwer) ausgesetzt werden?
- Wie werden die Fische verarbeitet? Dry-age Schinken vom Karpfen?

Die Aufenthaltsdauer verlängern:

- Erlebnisunterstützende Infrastruktur und
- Fisch-Restaurant, Hofladen, Hofführung, Hotel
- 2 Birdwatching-Touren, Birdwatching-Hotel, Ornitho-QR-Code
- ...



Oderlandweg

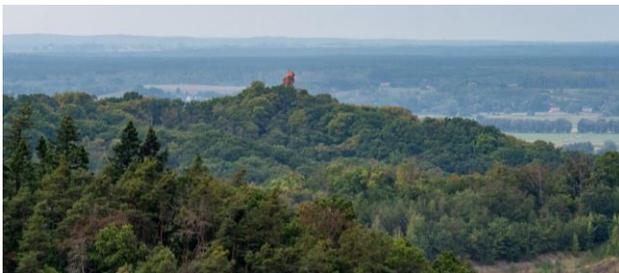


Einbindung der Region und Partner

u.a. Tourismus Gmbh Bad Freienwalde, Stadt Wriezen, Gemeinde Wölsickendorf-Wollenberg, Haus der Naturpflege, Wintersportverein, Heimatverein Falkenberg am 18.06, Stiftung Michael Succow, Malche, Oderbruch Museum Altranft, ...

über mehrere Workshops, Abstimmungsrunden, Einzelabstimmungen

- ✓ zum Erlebnisraum Oderbruch
- ✓ Workshops Erlebnisraumentwicklung Oderlandweg
 - ✓ Basisinfrastruktur, Potenziale
 - ✓ Storytelling, Ausstattung der Erlebnisorte Infrastruktur
 - ✓ Produktentwicklung und Kommunikation
- ✓ Inhaltliches Gesamtkonzept
- ✓ Derzeit Texterstellung Geschichten / Erlebnisorte
- **Übernachtungsmöglichkeiten: Platz für Shelter in Wollenberg / Wölsickendorf, Sonnenburg und Haus der Naturpflege**
- „Wander-Picknick-Korb“ in Wölsickendorf angedacht

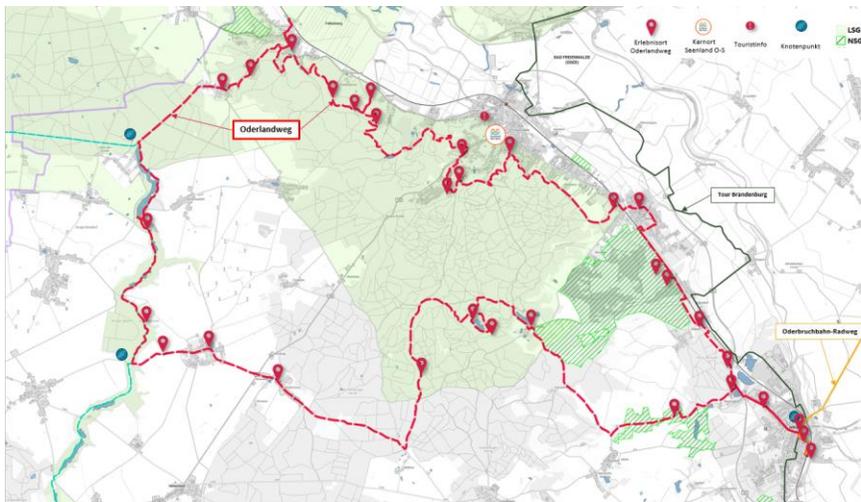


Für alle 7 Premiumwege wurde ein verbindendes Thema herausgearbeitet, das stringent erzählt wird.

Die Leitgeschichte des Oderbruchs wird auf drei Ebenen ausgespielt. Damit wird der Weg zum emotional ansprechenden Identitätsanker der Region!

- **Landschaftliche Veränderungen:** von der Eiszeit bis zum heutigen Tage, das sich u.a. im Spannungsfeld „Berge und Flachland“ zeigt
- Durch **Menschen verursachte Veränderungen** (Ortsentwicklung, Wald, Bergbau, geschichtliche Veränderungen...)
- **Mentale und körperliche Veränderungen**, die beim Wanderer ausgelöst werden: positive Gefühle, Horizonsweiterung

- **Ca. 20 Erlebnisstationen definiert und Themen festgelegt. Storys ausgearbeitet**, u.a. Wandel Falkenberg zum Villen- und Erholungsort, Geschichte Wintersport, wandelnde Funktionen des Walds, Eiszeit und Geologie, wechselnde Bedeutung Dorfteiche, Kriegszerstörung und Wiederaufbau, Moor, Obstbäume, Ästhetik und Funktion der Landschaft im Wandel der Zeit ...
- **„Lieblingsblicke Seenland Oder-Spree“ entlang des Wanderwegs definiert**



Hoch und tief in die Geschichte: Alaunbergwerk und Bismarckturm; Hutelandschaft: Nach den Panzern die Schafe: den Wiedehopf freuts!

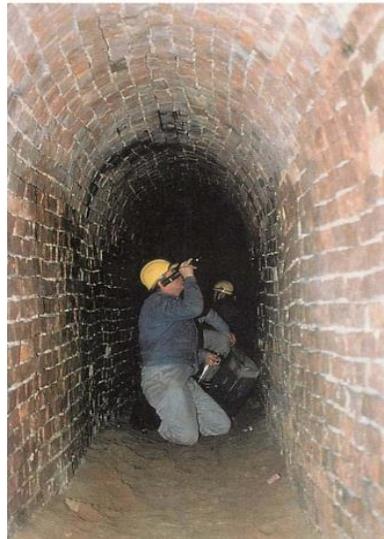


Abb. 1. Blick in den ausgemauerten, spaltenreichen Alauntunnel – beschwerliche Fledermaussuche.



63 km, konkrete Verortung an 20 Erlebnisstationen; auf sich wandelnde Bedürfnisse einstellen: Schlafen unter freiem Himmel

Auch der Oderlandweg erzählt spannende Geschichten, dramaturgisch aufeinander abgestimmt.

Oderlandweg



Das Oderbruch



Fontane beschreibt den Wandel:

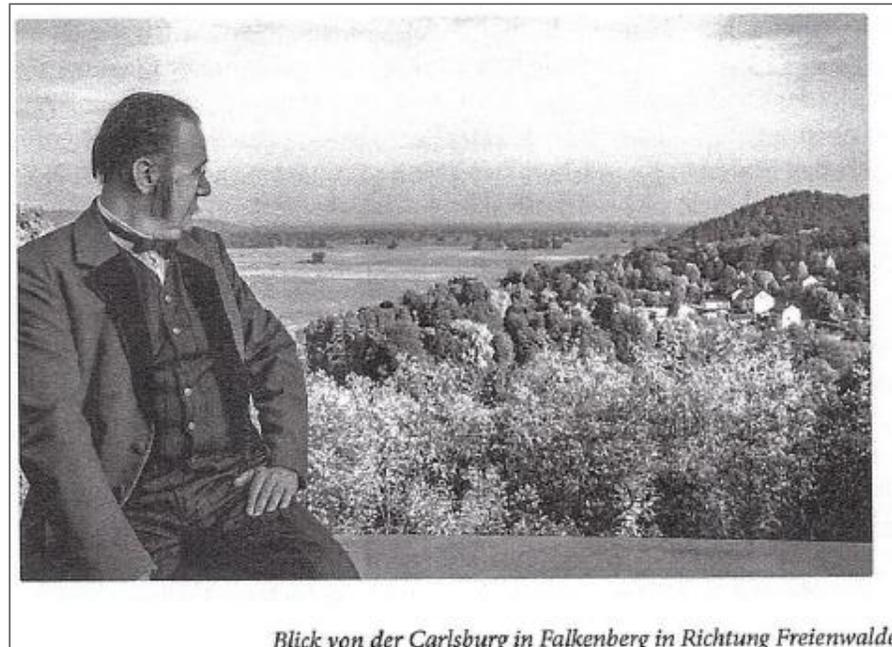
- „Winter-Falkenberger“: Die ehemalige Fischersleute sind von altem, etwas gröblichen Schrot und Korn“...
- „Sommer-Falkenberger“. „Freundlich, gebildet, entgegenkommend. Thüringisch! Der Vorübergehende bietet guten Tag, gibt Auskunft, zeigt den Weg. Überall gute Form und gute Sitte, eine »Manierlichkeit«, wie sie sonst in den Marken, zumal in den Odergegenden, nicht leicht angetroffen wird“.

Beispiel Falkenberg

Wandel vom Fischer- zum Erholungsort

Ortsentwicklung am Rande des Oderbruchs durch Veränderung des Landschaftsraums (Trockenlegung Oderbruch)

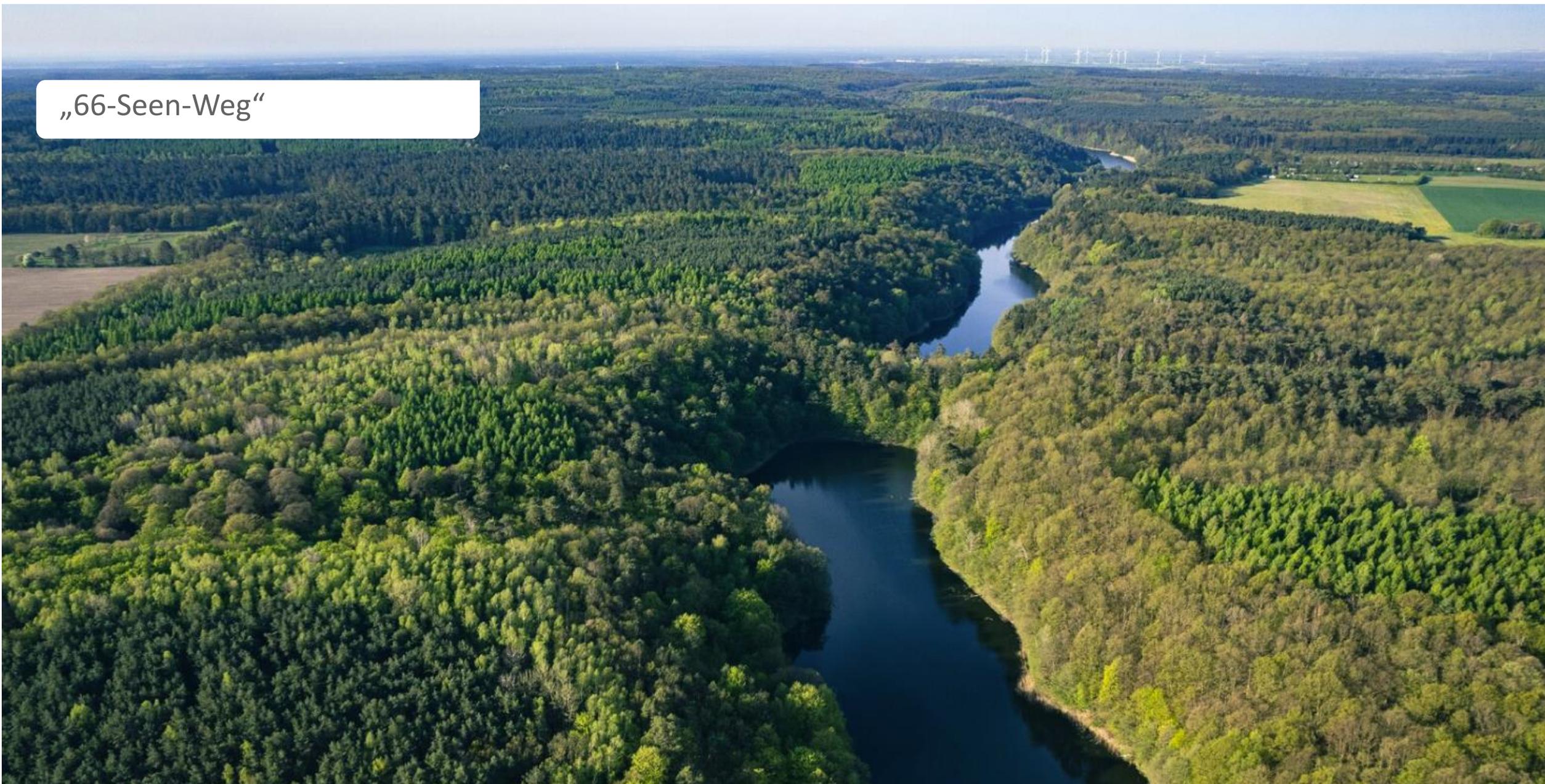
- Einst 25 Fischer, wichtige Lebensgrundlage
- Nach Trockenlegung und Anbindung an Eisenbahn: Ort der „Sommerfrische“
- Zahlreiche Villen, Hotels; Gebäude zeugen heute noch davon, u.a. die Carlsburg:
- → Entwicklung zum Erlebnis-/ „Erzählort“ mit Infrastruktur und Ausflugsgastronomie



Blick von der Carlsburg in Falkenberg in Richtung Freienwalde.

**Technik macht möglich:
„Fontane“ auf der Carlsburg**

„66-Seen-Weg“





ID	Ort und Funktion	Was wird erzählt? (thematische Einordnung des geschichtlichen und literarischen Materials)	Was soll ausgespielt werden? (historische Einordnung, Szenarien...)	Innenraum und Ausstattung
1	Wendischparkplatz Erkner	Orte von derer die Schlucht		
2	Wapitz Lehn- und Wapitzsee	Informationen erhalten, was zum NSG Lücketal und Wapitzsee	Hintergründe, Wissen erweitern	
3	Lücketal Mäander Schaupunkt	Neuer Erzählstrang: 66-Seen-Weg: Lücketal und Spree auf Abschnit bis Hangberg und dann weiter bis nach Fürstentum Thema Mäander der Lücketal, Anknüpfen an Thema „entwässerte Landschaft“ FFH-Gebiet „Lücketal“ NSG	Hintergründe, Wissen erweitern - Durchschauen - Wildnis-Steil so hat vor den Toren der Hauptstadt	Infoleiste klein an einem der ältesten Mäander der Lücketal; Fokus: am Bestplatz
4	Grünheide Wanderparkplatz	Vorstellung 66-Seen-Weg	Einordnen, Orientieren	
5	Fontane Keller Schaupunkt	Story zur Fontane Keller „das Lücketal – die beliebteste Täl der Mark“ Gemeindefestliche 66-Seen-Weg	Hintergründe, Wissen erweitern - Passierstation	Infoleiste klein oder Schaupunkt
6	Klein Wall Schaupunkt	Gründung Grünheide, Entwicklung Seenland + 66-Seen-Weg	Hintergründe, Wissen erweitern	Infoleiste klein in Ergänzung zur Infoleiste Grünheide

Detailanalyse: Begehung auf 170 km :

- diverse infrastrukturelle Defizite → V.a. Wegekennzeichnung
- Kein Erzählstrang, keine Einordnung, 66-Seen-Weg kaum Thema, **keine Infos zu 44 der 66 Seen!**
- **Angestrebter Mindeststandard: Erzählung der Leitgeschichte mit 5 regionalen Facetten über Ausspielung an den 44 der 66 Seen am Weg im Seenland Oder-Spree**

Einbindung Akteure in drei „Teilregionen“:

„Nord: Gamengrund“

- ✓ Workshop mit Bad Freienwalde, Haus der Naturpflege, Amt Falkenberg Höhe, S5 Region, LK MOL, Heimatverein Falkenberg etc.
- ✓ Detailabstimmungen Höhenland und Strausberg
- ✓ Inhaltliches Grundkonzept, Storytelling, Ausstattung, v.a. Infos zu Seen und Knotenpunkte
- Detailabstimmungen, Abschlussworkshop Oktober

Berliner Umland:

- ✓ Workshop mit S5 Region, Strausberg, Rüdersdorf, Woltersdorf, Erkner, Grünheide ...
- ✓ Netzwerktreffen Partner
- ✓ Detail-Abstimmung mit Gemeinden
- Inhaltliches Grundkonzept, Storytelling, Ausstattung, v.a. Infos zu Seen und Knotenpunkte
- Detailabstimmungen, Abschlussworkshop Oktober

Flusslandschaft Spree / Scharmützelsee-Region:

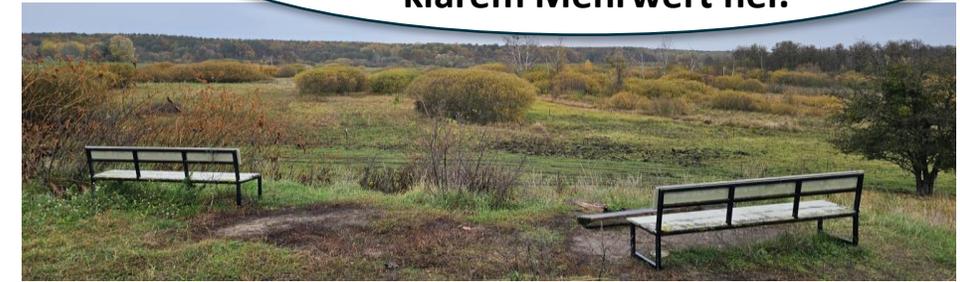
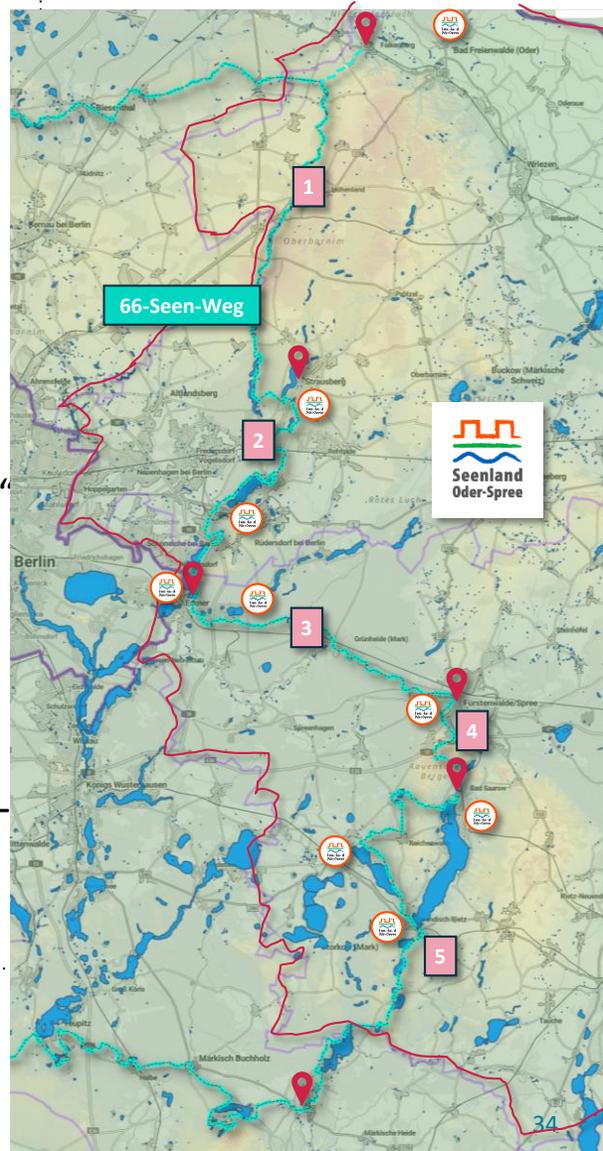
- ✓ Workshop mit Anrainergemeinden / Ämtern und Touristinfos
- ✓ teils Änderungen Routenführung nötig und angeschoben
- ✓ Abstimmung Amtsdirektor Scharmützelsee-Region Optimierung von 34 Standorten Wegweisung und direkte Umsetzung in Wendisch Rietz
- ✓ Abstimmung mit Naturpark Dahme-Heideseen
- ✓ Grünheide, FW: Integration mit Märkischer Umfahrt und Spreeradweg
- ✓ Inhaltliches Grundkonzept, Storytelling, Ausstattung, v.a. Infos zu Seen und Knotenpunkte
- Detailabstimmungen, Abschlussworkshop Oktober

66-Seen-Weg:

Leitthema: Wasser (44 der 66-Seen im Seenland Oder-Spree, Flüsse/Fließe) und eiszeitlicher Ursprung führen zu einem besonderen Landschaftserlebnis

„Geotop Gamengrund“, Berliner Umland (Gartennachbarn“ + „Sommerfrische), Spree und Löcknitz, Höhenflüge Rauner Berge, Scharmützelsee-Region „Naturschatz Seenkette“

- Infrastrukturverbesserung mit Gemeinden/Ämtern
- Geschichten erzählen an den 44 Seen am Weg
- „Seeblick-Runden“, die an den 66-Seen-Weg andocken und die Orte anbinden und neue Optionen aufzeigen

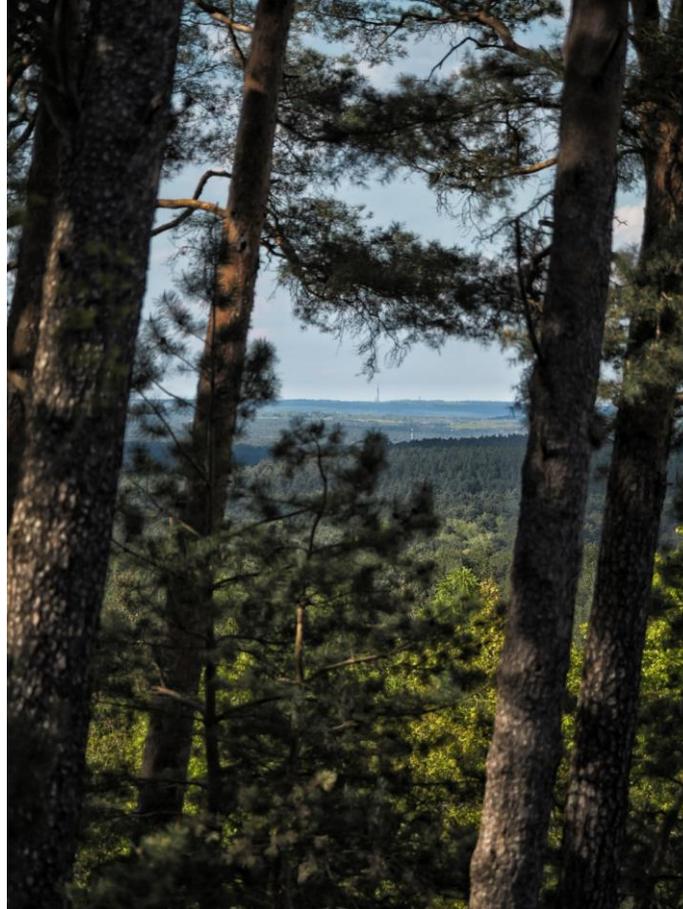
**Im gesamten Seenland:**Lieblingsblicke

- Besondere Weit- und Einblicke, Markenkontaktpunkte des Seenlands, wecken Emotionen und Hochgefühle
- Wichtige Anlaufpunkte mit spezifischer Infrastrukturausstattung, Story Ort/Blick

Ankerattraktionen

- Erzählen eine wichtige Facette der Geschichte der einzelnen Räume
- Identitätsorte des Seenlands mit Nachfrage
- Auch hier: spezifische Infrastruktur

Weitere Orte (Tourist. Kernorte, Mobilitätsknotenpunkte etc.)

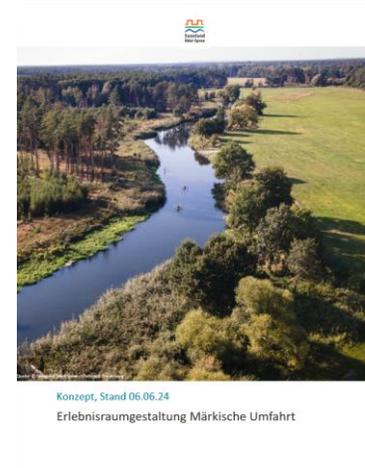


Beispiel: Integration Blocksberg in Erzählung 66-Seen-Weg und Ausstattung Lieblingsblick

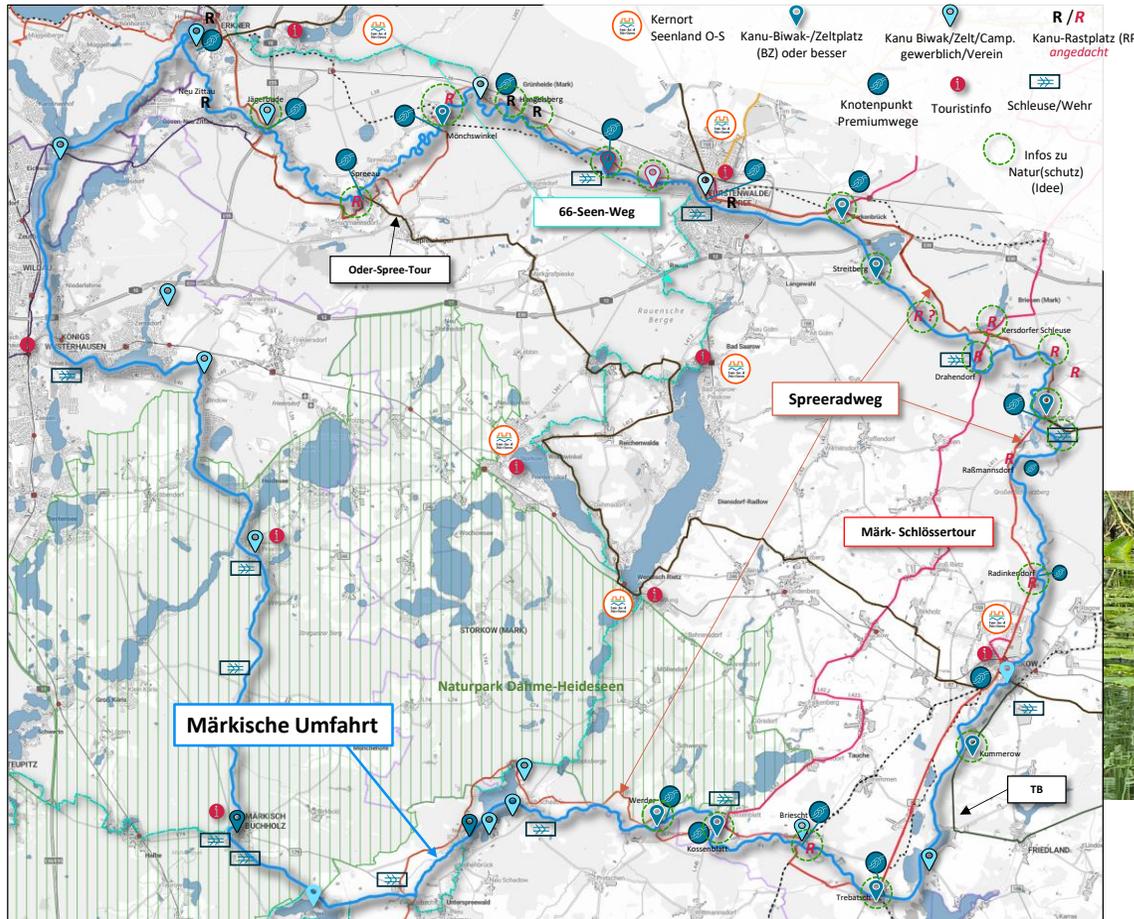
„Märkische Umfahrt“



- ✓ **Befahrung und Analyse** der 120km im Seenland Oder-Spree
- ✓ **Workshop „Entwicklungspotenziale“** in Beeskow
- ✓ **Zahlreiche Folgeabstimmungen in Workshops und viele Einzelterminen mit Anrainern und Stakeholdern**, Unterstützung der vorgestellten Entwicklungsansätze, **Einbringen Inhalte Storytelling, Abstimmung Ausstattung an den Rastplätzen und Erlebnisorten**
 - ✓ Landesamt für Umwelt
 - ✓ Wasserschifffahrtsamt
 - ✓ Landkreis LOS: UNB/Landschaftsplanung + Wasserbehörde
 - ✓ Anbieter wie z.B. Albatros, Riebe (auch wichtig für Nutzersicht), Landhaus Alwine
 - ✓ Alle Ämter: Spreenhagen, Odervorland
 - ✓ Gemeinden Fürstenwalde (auch Stadtforst), Grünheide, Beeskow, Neubrück, Tauche, ...
 - ✓ Wasser- und Landschaftspflegeverband Untere Spree (u.a. Renaturierungsprojekte)
 - ✓ Wasser und Bodenverband Mittlere Spree
 - ✓ ehemalige Schleusenwärter (Storytelling)
 - ✓ ...
- ✓ **Befahrung per Rad (Synergie Spreeradweg)**
- ✓ **Prüfung Einzelstandorte**
- ✓ **Erfahrungsaustausch** Kanuanleger/Rastplätze Rhinluchrunde Fehrbellin
- ✓ **Inhaltliches und gestalterisches Konzept**
- **Weitere Schritte: Abstimmung LfU, Landkreis + Abschlussworkshop 17.10.**



Wasser ist DAS markenprägende Element im Seenland Oder-Spree. Die Märkische Umfahrt in Synergie mit dem Spreeradweg gibt spannende Einblicke auf und an der Spree.



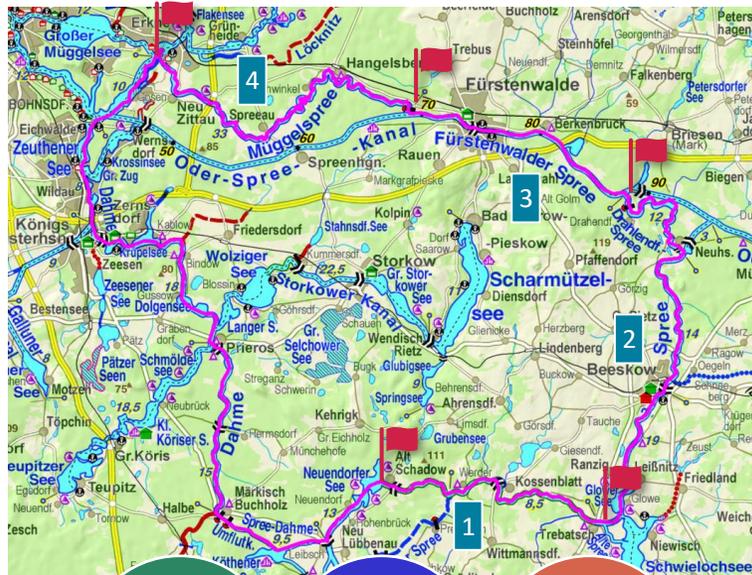
- Sichtbarkeit + Wiedererkennung Marke Seenland
- Erzählerische Erschließung Erlebnisraum „Flusslandschaft Spree“
- Fokus: **Ertüchtigung und Storytelling v.a. an Rastplätzen Wasserwandern und in Synergie mit Spreeradweg, besondere Orte für Gäste und Naherholer**
- Entwicklung Mindeststandards, Nutzerlenkung, Angebote für Pausen, Bedachte Inszenierung („Erlebnisstationen“)
- Umsetzung über Kreis und Förderung



Roter Faden und Leitthema:
Naturerlebnis auf der Spree
+ 3 Subthemen bzw.
Storylines:



„Erzählbereiche und -stationen“



1 Krumme Spree

- Werder:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ), auch Badeplatz
- Kossenblatt:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)
- Briescht:** *angedacht:* einfacher Kanurastplatz (RP) an hist. Zugbrücke
- Trebatsch:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)

→ behutsame „Inszenierung“ und Ertüchtigung **Pausenstationen** (ca. 20, davon ca. 10 zu optimieren und 5-6 neu einzurichten (zu lange Abstände, Lenkung / Schutzaspekte, i.d.R. einfache Rastplätze ohne Übernachtung),

- **Zielgruppen/-Nutzergerechte Inhalte generieren** und an Kontaktpunkten ausspielen hier wird Pause gemacht und die Nutzer haben Zeit auch informiert zu werden. 90% der Rastorte am Spreeradweg, Naherholer/Einwohner Badende, SUP, Wandernde etc. mitnehmen
- **Behutsame Infovermittlung**, Ausrollen Geschichten im Rahmen 3 Storylines und zu Orten und Menschen
- **Einordnung auf Gesamtroute, schönere Pausenmöblierung** → Gestaltungsrichtlinien
- Ein- und Ausstiegshilfen Kanu

2 Spree vom Schwielochsee bis Beeskow inkl. Holzspree bis Neubrück sowie Drahendorfer Spree

- Leißnitz Fähre**
- Kummerow:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)
- Beeskow** BZ und RP
- Radinkendorf:** *angedacht:* einfacher Kanurastplatz (RP)
- Raßmannsdorf:** *angedacht:* einfacher Kanurastplatz (RP)
- 2x Neubrück:** an **Schleuse** (aussteigen nötig) und bestehender **Rastplatz** mit ÜN (BZ) im Ort
- Drahendorfer Wehr**

3 Fürstenwalder Spree

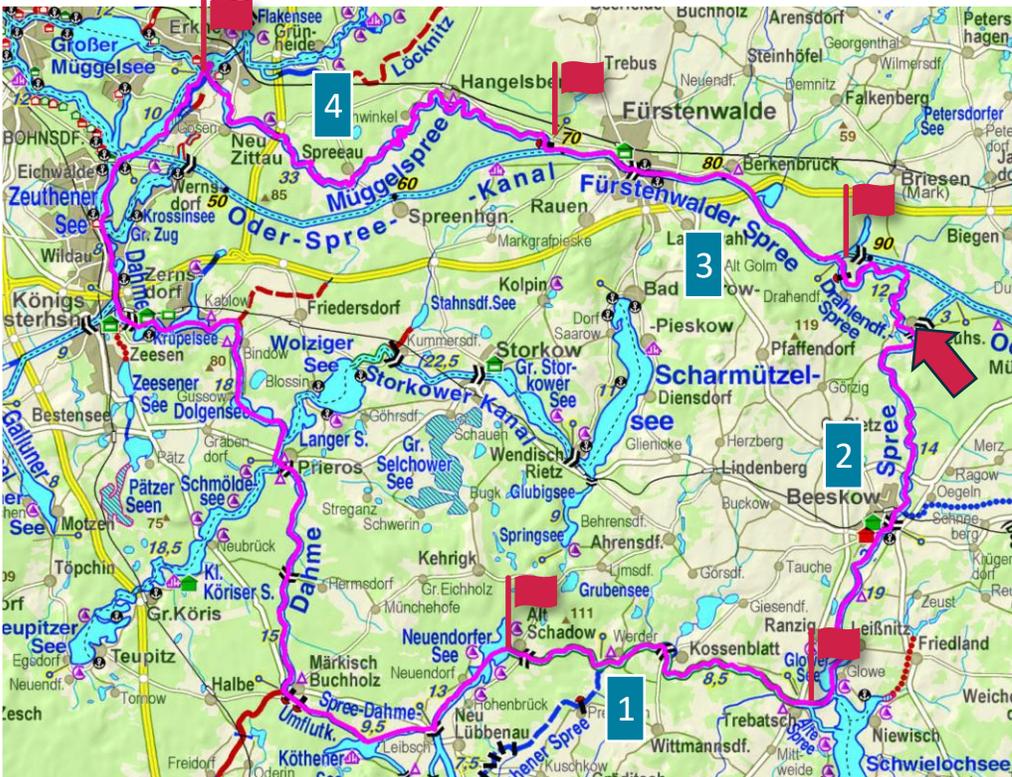
- Kersdorfer Schleuse:** geplanter einfacher Kanurastplatz (RP)
- Streitberg:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)
- Berkenbrück:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)
- Fürstenwalde 2x:** WSA + Spreebogen
- Kleine Tränke:** geplanter Campingplatz
- Große Tränke:** bestehender Rastplatz mit ÜN (BZ)

4 Müggelspree

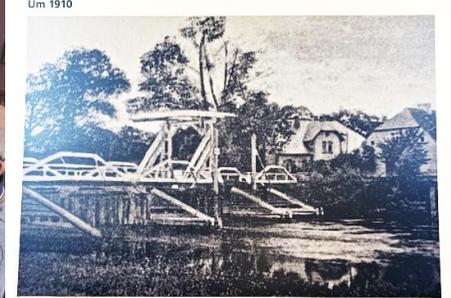
- Hangelsberg Unsal:** bestehender einfacher Kanurastplatz (RP)
- Hangelsberg „Spreecurry“** Ein/Ausstieg, einfacher Kanurastplatz
- Mönchwinkel:** **Rastplatz 1** Spreeradweg; langfrist: Ein-Ausstiegsstelle Kanu (einfacher Rastplatz RP)
- Mönchwinkel:** **Rastplatz 2** mit ÜN (BZ) Spreeradweg)
- Neu Hartmannsdorf** *angedachter* einfacher Kanurastplatz ohne Übernachtung (RP) (siehe wep)
- Jägerbude**

Hinweis: verwendete Abkürzung bzw. Nennung laut Wassersportentwicklungsplan (wep): BZ = einfacher Kanu-Biwak-/Zeltplatz; RP = einfacher Kanurastplatz ohne Übernachtung

Naturerlebnis auf der Spree + 3 Storylines. Standortbezogene Ausspielung zu spannenden Hintergründen und Geschichten an ca. 40 Kontaktpunkten. Hier am Kanurastplatz Neubrück.



Neubrück - Spreebrücke



Ehemalige Schleusenwärterin Frau Wilke und Herr Wilke (zuständig für das alte Wehr), Neubrück.



Neubrück - Spreebrücke

Um 1910



Aufwertung Rastplatz in Synergie Spreeradweg

- Austausch alte Infotafel mit neuer Stele + Diaviewer früher/heute-Blick historische Brücke + Audiospur ehemalige Schleusenwärterin
- Seenland-Bank, ggf. 2 Genussliegen
- Ein-/Ausstiegshilfe Kanu
- Beschriftung Brücke mit Orts- und Brückennamen



chstand

Storylines

- Neubrück und die Spree, Wehr, Schleuse, Kanal...
- Transport auf Drahendorfer Spree damals (z.B. Holz)
- Hamburg - Berlin -Spree – Stettin 1669
- Geschichten aus Dorfgemeinschaftshaus „herausholen“



Und am Thema Produktentwicklung wurde ebenso weitergearbeitet

Anknüpfung an Gesamtstrategie des Seenland Oder-Spree und die vorhergehenden LEADER-Projekte!

- Leitgedanken: Seenland und **Marke stützen** sowie unterschiedliche Zugänge je nach Zielgruppenbedürfnissen und besonderem Nutzen bieten (**Nutzerzentriert!**)



Botschaft	Weit weg von urbaner Hektik, in der wasserreichsten Region Deutschlands, in einer Landschaft mit natürlichem ländlichem Charme wird der „Grünhunger“ gestillt, Wasser, ursprüngliche Natur, die Weite gespürt, kulturelle Überraschungen und Neues entdeckt. Überall sind Flüsse und natürliche Seen, an und auf denen unsere Gäste in Bewegung und in den „flow“ kommen und die Magie, Anziehungskraft und Energie des Wassers spüren können. „Wasser, Wald, Menschen und interessante Geschichten eröffnen und inspirieren Dich!“
Angebotsausrichtung	<ul style="list-style-type: none"> Natur + Outdoor! Routen + Touren immer mit Einbindung von Wasserelementen wie die Routenführung entlang der und auf den Seen, Flüssen, Bächen, mit Zugängen, Ausblicke, die Anziehungskraft des Wassers inszenierend Wildnis und Outdoor-feeling für die jüngeren Zielgruppen: individuelle „Mikroabenteuer“; optional: Schlafen unter den Sternen: Bivakplätze; Idee: für Gäste frei zugängliche Wasserhähne bei Privat Anbietern nutzen; Zelten für eine Nacht in der Natur: „Paragraf 44“ Brandenburg nutzen etc.; Angebote zur aktiven Erholung, Entspannung, Entschleunigung, (z. B. Yogawandern, SUP Yoga, Waldbaden etc.) Naturbildung: Angebote zum Mitmachen und Erlernen (Naturfotoworkshops, regionale Produkte, Naturmaterialien, Natur- und Umweltbildung, Wildkräuterkunde, etc.), seltene Flora und Fauna Körperlich nicht zu anspruchsvolle Rundtouren in die Natur und zu Kleinodern, Vermittlung von Hintergrundwissen zu Natur, Kultur und Nachhaltigkeit für die Liberal-Intellektuellen und Sozialökologischen; Kombiangebote Natur + Kunst & Kultur aktiv per Rad oder als Wanderung erfahren Entdeckertouren für Familien; grenzüberschreitende Touren mit Polen Genuss & regionale Kulinarik einbinden Barrierefreie, gemütliche Touren und Ausflüge ins Grüne für ältere Zielgruppen, Bürgerliche Mitte
Mögliche „Produktlinien“	<ul style="list-style-type: none"> Genussradeln, E-Bike-Touren, Entdeckertouren, Spätaufstehertouren, Mikroabenteuer (Wildnis), „take me tot the lake“, Badespaß (Familien), Flanierertouren (kurze Komfortwege), Naturpark & Naturtrails, Naturbeobachtung: Birdwatching-Wandern, Workshops zum Mitmachen, Hop-on-hop-off-Wandertouren (mit Ausflugsbuslinien), Kanu/Kajak-Touren im Seenland; Angeln (siehe neuer Angelführer), Gartennachbarn, etc.

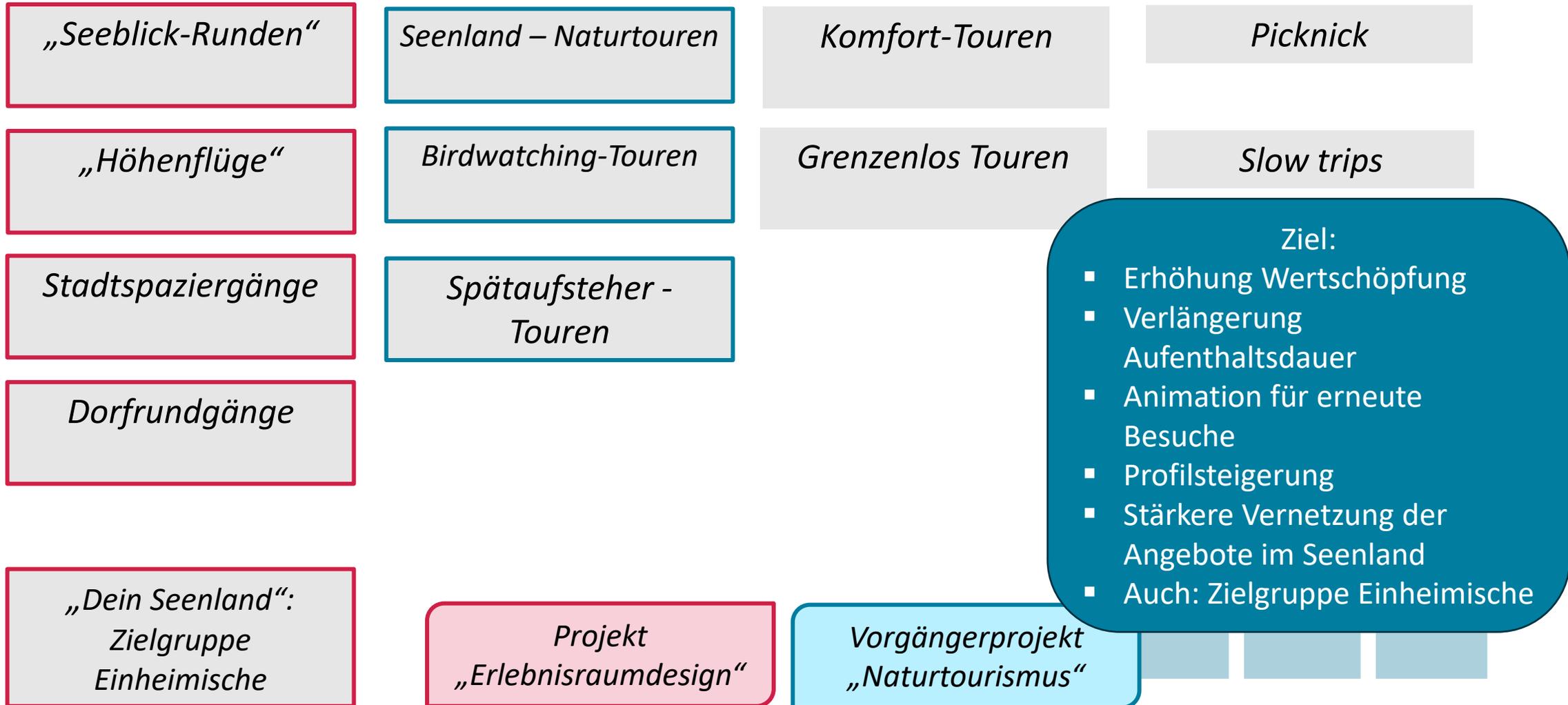


Botschaft	Ungeahnte Höhen erleben! Überraschende Höhenunterschiede vermitteln eindrucksvoll den „schweizerischen Charakter“ der brandenburgischen „Mini-Alpen“ nicht nur in der Märkischen Schweiz. Auch im Schlaubetal oder auf dem Turmwanderweg rund um Bad Freienwalde: es geht vorbei an sagenumwobenen Seen, durch wilde Schluchten und immer wieder hoch zu beeindruckenden Aussichtspunkten in der Natur mit Blick ins weite Seenland. Höhenunterschiede von über 500 m sind möglich! Die Wege führen schweißtreibend in ständigem Auf und Ab durch enge Kehlen und über steile Hügel. „Hier kannst Du Deinen Körper und Deine Kraft spüren und kleine Herausforderungen finden. Ob beim Trekking, (Renn)Radfahren in unseren „Bergen“ oder mit dem Kajak auf der anspruchsvollen Märkischen Umfahrt. Auch mentale oder kulturelle Höhenflüge sind im Seenland möglich: aktive Entspannung durch Yoga, Achtsamkeitsübungen, spirituelle Inspiration bei den Neuzeller Mönchen, längere Wanderungen oder spannende Kultur.“
Angebotsausrichtung	<ul style="list-style-type: none"> Natur + Outdoor! Schwerpunkt v.a. auf jüngere Zielgruppen, die ihren Körper und Kraft spüren möchten. Kooperationen mit den großen Communities im Berliner Quellmarkt avisieren Routen + Touren mit Nutzung der topographischen Besonderheiten des Seenlandes v.a. hinsichtlich der Höhenunterschiede, die Muskelkraft erfordern sowie unter Einbindung einprägsamer Aus- und Weitblicke (Naturschutz und Wegelenkung beachten): <ul style="list-style-type: none"> „Bergwandern“ in den relevanten Regionen: Schlaubetal (Kehlen & Schluchten), Bad Freienwalde („Bergwanderpark“), Märkische Schweiz, Rauener Berge... Weite Rennradrouten, auch mit Steigungen, u.a. Anschluss nach Berlin Perspektivisch: Mountainbike, Gravelbike (Renn-/Tourenräder, die auch Wald-/Feldwege oder Schotterstrecken fahren) Perspektivisch: Trailrunning und Speedhiking-Routen anspruchsvolle Kanu- und Kajak-Touren, z.B. Märkische Umfahrt, Strömung auf Oder- und Neiße Mentale Höhenflüge: Mindfulness-Angebote zur aktiven Erholung, Entspannung, Entschleunigung (z.B. Waldbaden, Outdoor yoga, Einbindung der Weitblicke und Aussichten, von der Höhe / am Wasser etc., Workshops zum Erlernen von Entspannungsmethoden, gesunde Ernährung, Laufen)
Mögliche „Produktlinien“	<ul style="list-style-type: none"> Wandertouren mit „Bergkulisse“, Rennradtouren, Gravel/MTB-Touren, „Die besten Weitblicke“ (Fernblicke, Aussichtsorte und -türme im Seenland), Kanu/Kajak-Touren, Workshops, Mikroabenteuer, Trailrunning, Speedhiking, etc.; Spätaufstehertouren Kulturelle Höhenflüge im Seenland



Abbildung 9: Best-of-Strategie; Quelle: tpB 2018

„Produktlinien-Tableau“ – in Ergänzung zu den Routen und zur Anwendung in den Erlebnisräumen





„Seeblick-Runden“



- Inhaltlicher **Kontext** und Relevanz
 - Mehrwert Nutzer: take me to the lake, Wasser entspannt...
 - Leitthema + Storyboard definieren und content vorhalten
 - Marke: Anknüpfung Werte & co vornehmen
- **Einbindung** mind.:
 - Gastronomie (Wertschöpfung)
 - Lieblingsblick mit Wasserbezug oder ausreichend See begleitender Weg/x Seeblicke, ...
 - Bestehender Wanderweg, Anschluss Premiumweg
 - Wanderparkplatz oder ÖPNV, Kombi Schiff
- Aktive **Vermarktung** auf 3 Ebenen (Seenland, Region/Ort, TMB)
- **Beispiele:** Schleifen am 66-Seenweg (Leuenberg, Bötze-/ Fängerseerunde, Stienitzsee, Werlsee, ...) Schlaubetalwanderweg: Hammer-, Treppel- Wirschenseerunde), Schermützelserunde



„Höhenflüge“

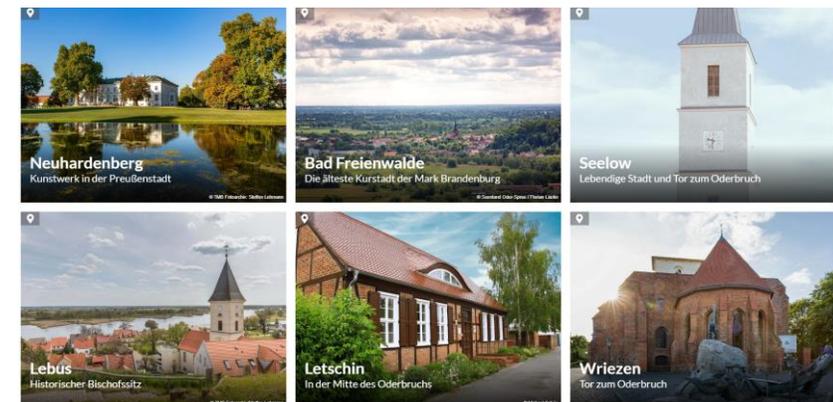
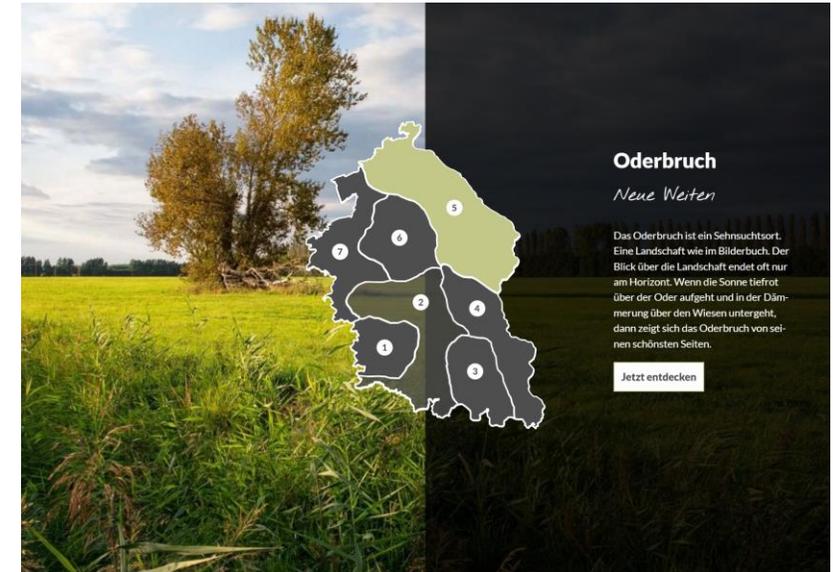


- Inhaltlicher **Kontext** und Relevanz
 - **Topographie!** Kuratieren!
 - Mehrwert Nutzer: Kraft spüren, auspowern, Weitblicke von oben, Unerwartes erfahren, Wandern + Rad ...
 - Leitthema + Storyboard definieren
 - Marke: Anknüpfung Werte & co vornehmen
- **Einbindung** mind.:
 - Gastronomie (Wertschöpfung)
 - Lieblingsblick mit Fernsicht
 - Ankerattraktion
- Aktive **Vermarktung** auf 3 Ebenen (Seenland, Region/Ort, TMB)
- **Beispiele:** Rauner Berge (Top of 66-Seen), Blick ins (Oder)Bruch-Touren, Blocksberg-Etappe 66, „Quäl-Dich-Tour“, Naturatrail MS, Gipfelstürmer, ...

Workshop Oderbruch: Exemplarische Anwendung der Produktlinien im Erlebnisraum.

Ziel: Ausweitung Produktentwicklung auf alle sieben **Erlebnisräume des Seenlands**

- **Durchführung eines Pilot-Workshops im Oderbruch: am 22.10.**
 - Beispielhafte Anwendung der „Produktlinien“ für einen Erlebnisraum, Inhalt u.a.
 - Welche Produkte sind zu entwickeln, wie ist der Erlebnisraum zu „bestücken“?
 - Wie gehen wir vor?
 - Welche Partner sind einzubinden?
 - Wie erfolgt die Umsetzung?
 - Wie kann die Übertragbarkeit gesichert werden?
- → für gesamte Seenland: **Checklisten** und Leitlinien zur Produktentwicklung für die Touristiker vor Ort, mit Unterstützung der Regionalscouts



Beispiel Mönchstour (Auswahl):

Produkte aus dem Kräutergarten des Klosters

- Schnaps, Limonade, Essig...
- Kooperation mit Stiftung, Brauerei, Brennerei etc. → auszuweiten

Entspannungs- und Resonanzangebote

- Yoga im Klostergarten, Waldbaden im Klosterwald...
- Zusammenarbeit mit lokalen Anbietern → auszuweiten

Seeblick-Runden

- Rund um den Wirschensee
- Chossewitzer See
- Großer Müllroser See
- ...

Beispiel Adler trifft Zander (Auswahl):

Produkte rund um das Thema Kulinarik

- Räucherurse, Kochkurse, spezielle Zubereitungsformen wie Schröpfen
- Private Anbieter entlang der Tour → auszuweiten

Birdwatching

- Ausweisung von drei Touren
- Zwei „Birdwatching-Hotels mit entsprechendem Service → Ziel: im gesamten Seenland

Slow-trip: Sander, See und Saibling

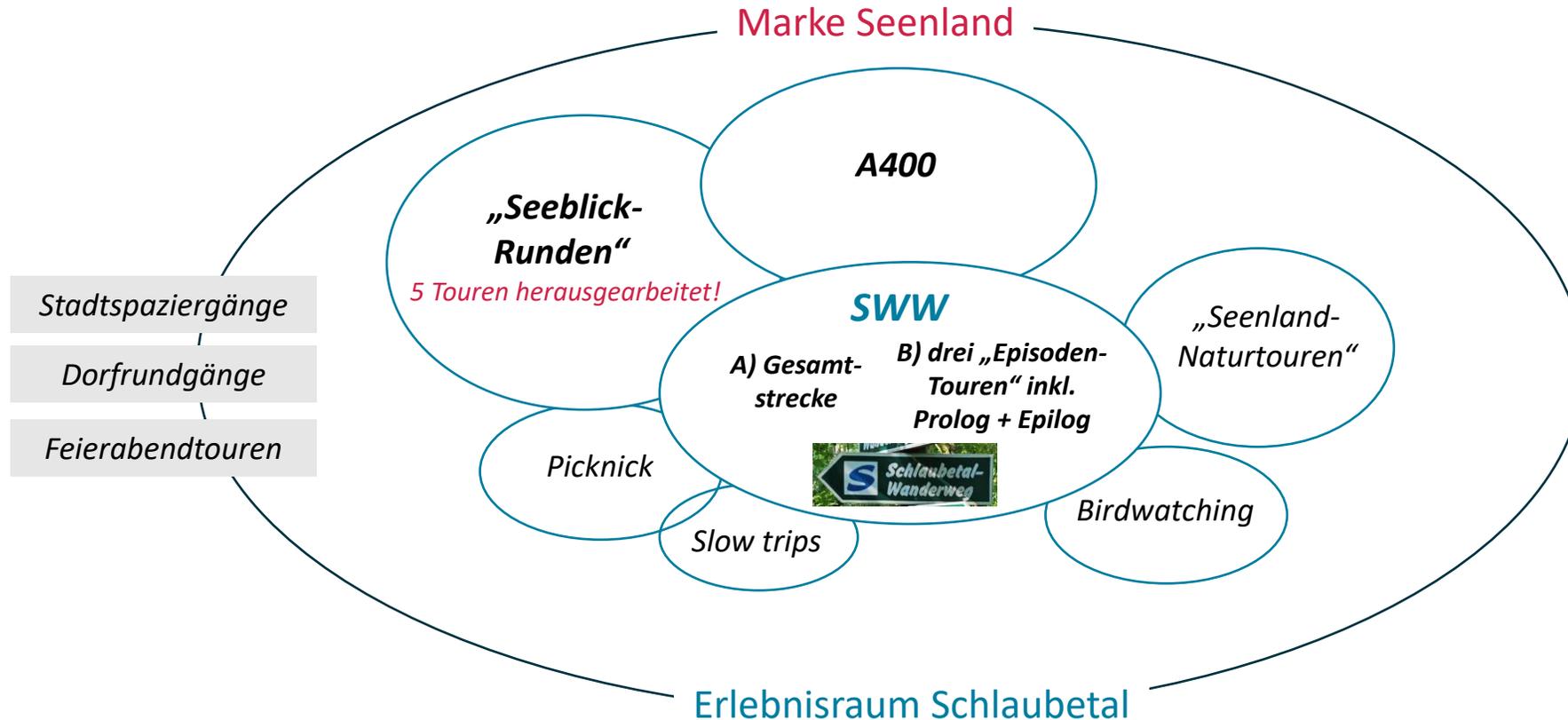
Höhenflüge: Familienabenteuer in den Rauener Bergen

Seeblick-Runden

- Mikroabenteuer an der Glubigseekette
- Rundtour um das Naturparadies Groß Schauener Seenkette

Produktstrategie:

- SWW gesamt als „Leit- und Hauptprodukt“, darin integriert drei „Episodentouren“, mit Wanderparkplätzen + A400 stärker eingegliedert!
- Daran angelagert:
 - „**Seeblick-Runden**“, angedockt an Schlaubetal-Wanderweg!
 - **Weitere Rundtouren, auch mit A400** nutzbar und unter partieller Einbindung des SWW
- Naturtouren: mit Ranger + Förster unterwegs („Horizont erweitern“)



Enge Verzahnung und Bildung von Synergien: im Sinne Kunden zentrierte, griffige und spannende Tourempfehlungen, **sinnvolle Ergänzungsangebote**, Verweise, „upselling“ ...

1

Zielsetzung, angestrebte Projektergebnisse und Vorgehen

2

Aktueller Stand: Gestaltungsrichtlinien

3

Aktueller Stand: Erlebnisraumkonzepte Premiumrouten +
Produktentwicklung

4

Weiteres Vorgehen und nächste Schritte



Die aktuellen und weiteren Schritte:

- Konkrete Konstruktionspläne
- Kostenermittlungen mit Unternehmen aus der Region
- Finalisierung der Routenkonzepte
- Umsetzungsvorbereitung
- Finanzierung und Förderung mit Einbindung Gemeinden, Ämter, Kreise, Leistungsträger etc.
- Ausarbeitung: was müssen die Ämter / Kommunen tun?
- Unterstützung durch die **Regionalscouts des TVSOS**, auf Basis von
- **konkreten Umsetzungshilfen**

Handbücher und Checklisten

- Zusammenführung der Bedarfe und Erfahrungen aus der Arbeit an den Routen und Erlebnisräumen
- Ableitung Ergebnisse für Umsetzung durch Kommunen, Ämter und für die Arbeit der Regionalscouts
- Übertragbarkeit: Umsetzung in allen Erlebnisräumen und an weiteren thematischen Routen im Gesamttraum
- Hinweise für:
 - Infrastruktur: Was sollte an welchen Orten zur Umsetzung kommen? → Gestaltungsrichtlinien!, auch Hinweise Umsetzung Wegweisung etc.
 - Vermittlung der Inhalte (analog, digital etc.)
 - Planung, Kostenrahmen (Planung, Beschaffung, Bau), Fördermöglichkeiten...
 - Umsetzungsmanagement: Zusammenarbeit TVSOS / Regionalscouts und Ämter / Kommunen.

Vorgehen:

- **Aktualisierung Marken- und Produkthandbuch:** Marke, Produktentwicklung ...
- Handbuch Erlebnisraumentwicklung: Zusammenfassung in einem übergreifenden **Gestaltungshandbuch** mit Ortstruktur, Designempfehlungen, Anwendungsbeispielen, Empfehlung zum Vorgehen, grobem Kostenrahmen etc.
- **Checklisten** für einzelne Themen
- Verteilung an Projektpartner und ins ganze Seenland

