

## ERHOLUNGsortENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DIE STADT LÜBBEN (SPREEWALD)

Endbericht



© www.luebben.de (o. und u. r. Peter Becker, u. l. framerate-media)

# ERHOLUNGSORTENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DIE STADT LÜBBEN (SPREEWALD)

**Endbericht**

an die

**Stadt Lübben (Spreewald)**

Poststraße 5  
D-15907 Lübben (Spreewald)

[www.luebben.de](http://www.luebben.de)

**B T E Tourismus- und Regionalberatung**

Kreuzbergstraße 30 | 10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 – 32 79 310

[berlin@bte-tourismus.de](mailto:berlin@bte-tourismus.de) | [www.bte-tourismus.de](http://www.bte-tourismus.de)

**Berlin, Januar 2024**

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung .....</b>	<b>3</b>
1.1	Kontext und Zielstellung.....	3
1.2	Grundgedanken.....	3
1.3	Vorgehensweise und Methodik .....	4
<b>2</b>	<b>Touristische Rahmenbedingungen und Trends .....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Bestandsanalyse.....</b>	<b>7</b>
3.1	Analyse der allgemeinen und touristischen Ausgangssituation .....	7
3.1.1	Lage, Landschaft, Klima .....	7
3.1.2	Ortsbild und Aufenthaltsqualität .....	8
3.1.3	Einzelhandel .....	10
3.1.4	Verkehrsverbindung und Mobilität.....	11
3.1.5	Beherbergung und Gastronomie.....	14
3.1.6	Natur-, Aktiv-, Kultur- und Freizeitangebot.....	17
3.1.7	Gesundheitsangebote und Wellness.....	21
3.1.8	Tourismusmarketing, Organisation und Kooperation .....	22
3.1.9	Querschnittsthemen: Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit, Digitalisierung.....	25
3.2	Entwicklung der touristischen Nachfrageanalyse .....	27
3.3	Bevölkerungsentwicklung .....	29
<b>4</b>	<b>Zusammenfassende Bewertung .....</b>	<b>32</b>
4.1	Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken .....	32
4.2	Anforderungen zur Prädikatisierung als Erholungsort .....	37
<b>5</b>	<b>Strategie.....</b>	<b>40</b>
5.1	Touristische Vision .....	40
5.2	Entwicklungsziele .....	43
5.3	Profilierung.....	45
5.4	Zielgruppen .....	48
<b>6</b>	<b>Handlungsprogramm.....</b>	<b>51</b>
6.1	Handlungsfelder .....	51
6.2	Maßnahmen .....	52
6.2.1	Startmaßnahme .....	54
6.2.2	Handlungsfeld 1: Infrastruktur und Angebote strategisch entwickeln .....	55
6.2.3	Handlungsfeld 2: Effektive Organisations- und Kooperationsstrukturen aufbauen .....	60
6.2.4	Handlungsfeld 3: Produktentwicklung und Marketing zeitgemäß weiterentwickeln .....	63
6.2.5	Handlungsfeld 4: Qualitätsansätze und Serviceorientierung weiterverfolgen und ausbauen .....	67
6.3	Umsetzungsfahrplan .....	70
<b>7</b>	<b>Quellenverzeichnis .....</b>	<b>71</b>

## Abbildungen

Abb. 1	Rahmenbedingungen und aktuelle Entwicklungen .....	5
Abb. 2	ÖPNV-Verkehrsanbindung Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota).....	12
Abb. 3	Rad- und Wanderwegenetz in und um Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota).....	13
Abb. 4	Gewerbl. Beherbergungskapazität Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) 2016, 2019, 2022 ...	15
Abb. 5	Zertifizierung von Beherbergungen und weiteren Betrieben.....	15
Abb. 6	Status quo Aktivangebote (Radfahren, Wandern, Wassersport) .....	17
Abb. 7	Status quo Kultur .....	18
Abb. 8	Status quo Freizeitangebote.....	19
Abb. 9	Status quo Gesundheit und Wellness.....	21
Abb. 10	Status quo Akteure und Aufgaben.....	23
Abb. 11	Status quo Kommunikation und Vertrieb.....	24
Abb. 12	Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen 2017-2022.....	27
Abb. 13	Relative Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen (2017-2022).....	28
Abb. 14	Verteilung der Ankünfte und Übernachtungen auf Monate, Jahr (2022).....	28
Abb. 15	Bevölkerungsentwicklung in Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) 2012 - 2022.....	30
Abb. 16	SWOT Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota).....	32
Abb. 17	Stand und Erfüllung der Anforderungen nach § 2 Abs.1, Nr. 1 bis 8 BbgKOG .....	37
Abb. 18	Erfüllung der Anforderungen der Artbezeichnungen gemäß § 9.....	39
Abb. 19	Vision: Leitbild und Leitsätze Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) 2030+ .....	42
Abb. 20	Profilthemen für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) .....	46
Abb. 21	Beispielhafte Untersetzung der Profilthemen .....	47
Abb. 22	Handlungsfelder für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota).....	51
Abb. 23	Übersicht der Maßnahmenbereiche.....	53
Abb. 24	Startmaßnahme.....	54
Abb. 25	Maßnahmenbereich 1: Ausbau der touristischen Erlebnisinfrastruktur .....	55
Abb. 26	Maßnahmenbereich 2: Optimierung der touristischen Wege/-infrastruktur.....	56
Abb. 27	Maßnahmenbereich 3: Ausbau und Qualitätssteigerung im Beherbergungsangebot .....	58
Abb. 28	Maßnahmenbereich 4: Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur und Erweiterung des Mobilitätsangebot .....	58
Abb. 29	Maßnahmenbereich 5: Kontinuierliche Weiterentwicklung der TKS als wettbewerbsfähige Tourismusmarketing- und Managementorganisation .....	60
Abb. 30	Maßnahmenbereich 6: Fortführung und Entwicklung neuer strategischer Kooperationen.....	61
Abb. 31	Maßnahmenbereich 7: Professionelles Innenmarketing.....	62
Abb. 32	Maßnahmenbereich 8: Entwicklung attraktiver zielgruppengerechter Lübben-Produkte und Angebote .....	63
Abb. 33	Maßnahmenbereich 9: Stärkung gesundheitsorientierter Angebote und Erlebnisse .....	65
Abb. 34	Maßnahmenbereich 10: Optimierung des Onlinemarketings und stärkere Fokussierung auf Lübben-Themen.....	66
Abb. 35	Maßnahmenbereich 11: Sicherung und Fortsetzung der (Service)Qualität .....	67
Abb. 36	Maßnahmenbereich 12: Setzen neuer Qualitätsmaßstäbe (nachhaltig und wertorientiert) 68	
Abb. 37	Übergeordnete Aufgaben und nächste Schritte zur Umsetzung des Konzeptes .....	70

# 1 Einführung

## 1.1 Kontext und Zielstellung

Seit 1999 darf sich die Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)<sup>1</sup> offiziell „Staatlich anerkannter Erholungsort“ nennen. Um dieses Prädikat weiter beizubehalten, muss die Stadt Lübben bis zum 01. Mai 2024 die Kriterien des neuen Brandenburgischen Kurortgesetzes (BbgKOG), welches zum 01. Mai 2019 in Kraft getreten ist, erfüllen und die Antragsunterlagen fristgerecht beim Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie (MWAE) einreichen. Diesem Antrag ist gem. § 10 (3) BbgKOG eine Kur- oder Erholungsortentwicklungskonzeption beizubringen, welche von der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Lübben (Spreewald) beschlossen ist.

Die Aufgabenstellung umfasst die Erstellung einer Erholungsortentwicklungskonzeption gem. § 10 (3) BbgKOG, welche unter anderem folgende Schwerpunkte beleuchtet:

- Bestandsanalyse der touristischen Infra- und Angebotsstruktur
- Entwicklung eines nachhaltigen touristischen Leitbildes
- Erstellung eines Handlungs- und Maßnahmenprogramms

## 1.2 Grundgedanken

Der vorliegenden Erholungsortentwicklungskonzeption liegen folgende Vorstellungen zugrunde:

- Übergeordnete Zielstellung ist die Erstellung einer praxisorientierten Konzeption, die die Entwicklung der vergangenen Jahre reflektiert, die aktuelle Situation bewertet und auf Basis einer Strategie/eines Leitbildes umsetzungsorientierte Maßnahmen definiert, auf deren Basis Lübben die Prädikatisierung als Erholungsort sichern kann.
- Im Jahr 2017 wurde bereits eine Freizeit- und Tourismuskonzeption unter dem Titel „Freizeit- und Erholungsstandort Lübben 2026: Neue Strukturen, Angebote, Impulse. Organisations- und Entwicklungskonzept“ durch das dwif unter Einbindung der Tourismusakteure erarbeitet. Gerade gesamtgesellschaftliche Entwicklungen, neue Entwicklungen vor Ort und weitere Aspekte müssen allerdings in einem aktualisierten strategischen Konzept für die Weiterentwicklung von Erholung und Tourismus in Lübben (Spreewald) Berücksichtigung finden. Aufgabe ist es daher, die Analyseergebnisse zu aktualisieren, die Entwicklungen zu reflektieren und die bisherige Strategie mit den Maßnahmen zu überprüfen und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. Dabei erfolgt die Erstellung der neuen Konzeption grundsätzlich vor dem Hintergrund der Vorgaben des Brandenburgischen Kurortgesetzes und unter Prüfung der Einhaltung der

---

<sup>1</sup> Zu Beginn eines Kapitels sowie an ausgewählten Stellen wird die offizielle Stadtbezeichnung Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota). Im weiteren Kapitelverlauf wird die Schreibweise Lübben verwendet.

Kriterien bzw. Anforderungen zur Sicherung des Titels „Staatlich anerkannter Erholungsort“.

### 1.3 Vorgehensweise und Methodik

Der Erarbeitung der Erholungsortentwicklungskonzeption liegen folgende Arbeitsschritte und Methoden zu Grunde:

- **Bestandsanalyse der touristischen Infra- und Angebotsstruktur** und Einschätzung der touristischen Potenziale
  - **Aktualisierung der Ist-Analyse** des Erholungsortes mittels **Analyse und Auswertung** statistischer Kennzahlen, ausgewählter Konzepte, Planungen und Studien sowie vorhandener Marketingmaterialien (Online und Print)
  - **Fokusgespräch** mit dem Auftraggeber sowie Mitarbeitern der Stadtverwaltung (insg. 6 Personen) zur Erfassung der Ist-Situation sowie zur Aufnahme von Handlungsbedarfen
  - **Trend- und Nachfrageanalyse**: Aufarbeitung relevanter Trends und Rahmenbedingungen sowie Darstellung der Konsequenzen für Lübben
  - Analyse der **Entwicklungen in den letzten Jahren**
  - **Stärken-Schwächen-Analyse** und Potenzialbestimmung
- Entwicklung eines nachhaltigen touristischen Leitbildes und Erstellung eines Handlungs- und Maßnahmenprogramms
  - **Überprüfung und Anpassung bzw. Weiterentwicklung des Leitbildes/der Strategie** basierend auf den bestehenden strategischen Aussagen aus dem Organisations- und Entwicklungskonzept
  - **Zuarbeit des Auftraggebers** zu umgesetzten Projekten und Maßnahmen sowie aktuellen und künftigen Planungsvorstellungen/Maßnahmen mit Bezug zum Tourismus
  - **Maßnahmenwerkstatt** zur Erarbeitung und Vertiefung von Maßnahmen und Handlungsbedarfen unter Einbindung der Tourismusakteure und Partner
  - **Überprüfung und Neuausarbeitung eines Maßnahmenkatalogs**

## 2 Touristische Rahmenbedingungen und Trends

Für die Tourismusedwicklung in Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) haben sich seit der Prädikatisierung als staatlich anerkannter Erholungsort 1999 einige grundlegende Rahmenbedingungen und Parameter geändert. Die folgende Tabelle zeigt die neuen Herausforderungen und Entwicklungen, denen sich der Tourismus stellen muss und die für eine zukunftsgerichtete Weiterentwicklung des Tourismus in Lübben Berücksichtigung finden sollten.

Abb. 1 Rahmenbedingungen und aktuelle Entwicklungen

Rahmenbedingungen	Mögliche Konsequenzen
<b>Neue Vorgaben des BbgKOG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>veränderte Kriterien, u. a.:</b> Qualität der Gastronomie, Anzahl der Betten, Gesundheitsorientierung, qualifizierte Touristeninformationstelle</li> </ul>
<b>Auswirkungen globaler Krisen</b> (Covid-19, Inflation, Klimawandel...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ gesteigerte Anforderungen an Tourismusorganisationen, Betriebe, Leistungsträger etc. in Bezug auf <b>Krisenfestigkeit/Resilienz</b> im Hinblick auf neue Herausforderungen (z. B. Pandemien, Unwetter/Hitzeperioden, Krieg)</li> <li>■ Beachtung <b>veränderter Ansprüche der Reisenden</b>, bspw. schnell abrufbare Informationen, differenziertes Buchungsverhalten mit stark kurzfristigen Buchungen aber auch starken Langzeitplanungen (aber inkl. flexiblen Stornierungsoptionen), Sicherheitsempfinden, Nachhaltigkeitsorientierung der Gäste, Bedarf nach transparenter Kommunikation von Preisentwicklungen etc.</li> </ul>
<b>Trends &amp; Entwicklungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Lebensqualität</b> wird zum höchsten Ziel, neue Qualitäten sind Zeit und Raum (Entspannung, Sicherheit, Freiheit, Achtsamkeit und Gesundheit)</li> <li>■ <b>Nachhaltigkeit &amp; Klimaschutz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ werden vom Alleinstellungsmerkmal zur Pflichtaufgabe; alle Belange der Nachhaltigkeit werden für Menschen und somit Gäste zunehmend wichtiger (regional konsumieren, Kultur respektieren, Reduzierung von Müll (zero Waste), Energie sparen, Dienstleistungen meiden, die die Umwelt belasten (Green Tech) usw.)</li> <li>▪ Bewusstsein für umweltverträgliches Reisen beginnt sich stärker zu entwickeln: Anzahl der CO<sub>2</sub>-Kompensationen und Relevanz von Umweltzeichen/Zertifizierungen steigen</li> <li>▪ Bedeutung von Natur &amp; Gesundheit im touristischen Angebot verzeichnet einen hohen Zuwachs an Bedeutung</li> </ul> </li> <li>■ <b>Individualisierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ besondere, individuelle Erlebnisse stehen im Mittelpunkt: Reisende und Gäste wollen „neue“ Angebote, Produkte und Events mit Erlebnischarakter; thematische und digitale Erlebnisangebote, fotogene Orte sowie einmalige Erlebnisbausteine sind von großer Bedeutung</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suche nach authentischen Erlebnissen: Aspekte wie „Heimat“, Traditionen und regionale Kultur sowie der Kontakt mit der lokalen Bevölkerung gewinnen an Bedeutung</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Demografischer Wandel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bedingt Differenzierung von Alterungsprozessen, individuelle Lebenskonzepte und ausdifferenzierte Familienstrukturen; generell mehr ältere → weniger junge Menschen, Fachkräftemangel, neue Wohn- und Lebenspartizipationsformen</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Digitalisierung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bewirkt neue Formen der Kommunikation und eine globale Vernetzung (Informationsverarbeitung und -fluss in Echtzeit, soziale Netzwerke) nach außen sowie eine ständige Anpassung bei internen Prozessen</li> <li>▪ Informations- und Buchungsverhalten der Gäste vor, während und nach der Reise wird immer digitaler und die Kommunikation mit dem Gast wird direkter, schneller und je nach Zielgruppe persönlicher oder unpersönlicher (Gäste nutzen unterwegs Smartphone/Tablet und fragen multimediale, digitale Angebote nach)</li> <li>▪ Digitalisierung bietet Möglichkeiten einer internen Prozessoptimierung</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Fach-/Arbeitskräfte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lösungsfindung zum Fachkräfte- und generell Arbeitskräftemangel mit Fokus u. a. auf Mitarbeiterbindung und Prozessoptimierung</li> </ul> </li> </ul>

© BTE 2024; Ergebnis einer Sammlung von Studien des Zukunftsinstituts, der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR), der Bundesministerien, der EU, der UNWTO und eigener Marktforschungen von BTE

### 3 Bestandsanalyse

#### 3.1 Analyse der allgemeinen und touristischen Ausgangssituation

Zur Bewertung der touristischen Ausgangssituation in Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) wurde eine umfassende Desktop-Recherche durchgeführt und diese durch ein Fokusgespräch und Impulse aus der Maßnahmenwerkstatt ergänzt. Nachfolgend sind die wesentlichen Ergebnisse der Analyse zusammengefasst. Zu den einzelnen Themen sind der aktuelle Status quo sowie die Entwicklung der letzten Jahre (Erfolge/umgesetzte Maßnahmen, Bedarfe/Potenziale) dargelegt.

##### 3.1.1 Lage, Landschaft, Klima

Die Kreisstadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) gehört zum Landkreis Dahme-Spreewald und liegt im Süden des Landes Brandenburg. Lübben besteht aus der Kernstadt mit den Stadtteilen Mitte, Nord, Ost und West sowie den sechs zugehörigen Stadtteilen Steinkirchen, Treppendorf, Neuendorf, Radensdorf, Hartmannsdorf und Lubolz. Das Stadtgebiet umfasst eine Fläche von 120 km<sup>2</sup> und wird von rund 14.000 Einwohnern (Stand: 2022) bewohnt. 60 % des Stadtgebiets befinden sich innerhalb des Landschaftsschutzgebietes „Biosphärenreservat Spreewald“, welches 1991 zum UNESCO-Biosphärenreservat ernannt wurde.

Durch ihre Lage zwischen den Naturschutzgebieten Unter- und Oberspreewald befindet sich die Stadt Lübben in einer landschaftlich reizvollen Umgebung. Im Stadtgebiet liegen ganz oder teilweise verschiedene Naturschutzgebiete (bspw. Wiesenau und Hain), ein FFH-Gebiet und ein Vogelschutzgebiet. Zusätzlich prägen naturnahe Auenlandschaften und Talsandflächen mit großen Kieferwäldern das Landschaftsbild. Die klimatischen Bedingungen sind warm und gemäßigt, ganzjährig humid, da sich Lübben im Übergangsbereich vom ozeanischen Klima Westeuropas zum kontinentalen Klima Osteuropas befindet. Das Biosphärenreservat Spreewald ist darüber hinaus durch zahlreiche verzweigte Fließgewässer wie die Spree, die Berste, den Burg-Lübbener Kanal und den Roten Nil geprägt. Die Auen- und Moorlandschaften haben überregionale Bedeutung und das Gebiet weist eine vielfältige Flora und Fauna auf. Diese naturräumlichen Gegebenheiten bieten ausreichend Potenzial für Erlebnisangebote und die damit verbundene Erlebnisqualität.

Der Landschaftsraum reicht auch noch nach 800 Jahren seit Stadtgründung an den historischen Stadtkern heran. Die Siedlungskanten sind bis heute erhalten und prägen weiterhin die Stadtstruktur, denn durch die naturräumlichen Gegebenheiten im Niederungsgebiet der Spree und der Fläche des Biosphärenreservates besteht die Herausforderung, dass die Möglichkeiten der flächenmäßigen Stadterweiterung sowie -entwicklung fortwährend eingeschränkt sind.

## Entwicklung der letzten Jahre

### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- Sicherung und Erhaltung der natürlichen Gegebenheiten konnten erreicht werden
- seit 2014: Arbeit der Stadt Lübben auf Grundlage des Kommunalen Klimaschutzkonzeptes für Lübben (Bekenntnis zum Pariser Abkommen und den Klimaschutzzielen der Bundesregierung)
- seit 2016: Personalstelle des Klimaschutzmanagers, dessen Aufgabe es ist die Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen und die Weiterentwicklung des Klimaschutzkonzeptes zu koordinieren
- umgesetzte Maßnahmen aus dem Klimaschutzkonzept: öffentliche Ladeinfrastruktur für Elektroautos, E-Mobilität der Stadtverwaltung, Bezug von ausschließlich Ökostrom in Lübben, teils Photovoltaik auf kommunalen Gebäuden (noch zu gering genutztes Potenzial), teils Ausbau von Photovoltaikanlagen auf kommunalen Grundstücken, Errichtung einer 200 KWP-Freiflächen-Photovoltaikanlage für den Eigenverbrauch, Nutzung von Deponiegas, Kinder- und Jugendbildung zum Thema Klimaschutz

### Bedarfe/Potenziale

- Fortschreibung des Lärmaktionsplan in 2024 in Planung
- Aktualisierung des Klimaschutzkonzeptes in Planung

### 3.1.2 Ortsbild und Aufenthaltsqualität

Die Kreisstadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) ist ein idyllischer und lebendiger Ort, umgeben von Natur und Wasser. Zum Ende des 2. Weltkrieges wurde die Stadt zu mehr als 2/3 zerstört und zunächst nur rudimentär wieder aufgebaut. Mit der Wende wurde die Identität Lübbens durch die Neuausrichtung des Marktplatzes wieder aufgebaut, der heute das Herzstück der Stadt ist. „Lübben ist die Stadt im Spreewald geworden.“<sup>2</sup>

Die Stadt präsentiert sich gepflegt, idyllisch und geschichtlich interessant. In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Teile der Stadt saniert, Sichtachsen wurden geschaffen und Wegebeziehungen und -beschilderungen optimiert, wodurch die Erholungsqualität sowie die Besucherlenkung verbessert worden ist.

Ankommend am Bahnhof wird der Besucher über ein Leitsystem durch den Stadthain Richtung Innenstadt geleitet, was gleich eine naturnahe, positive Ankommenssituation schafft. Die Beschilderung ist jedoch teils nicht gut ersichtlich. Zur besseren Orientierung und fußläufigen Erschließung des Zentrums strebt die Stadt die Umsetzung des innerstädtischen Fußgänger- und Wegeleitsystems an.

Mit der Errichtung eines digitalen Informationssystems in Form von digitalen Informationsstelen an drei zentralen Punkten (Bahnhof, Marktplatz, Tourist-Information) kann der

<sup>2</sup> <https://www.luebben.de/stadt-luebben/de/stadtportraet/#accordion-1-2>

Gast unterwegs Informationen abrufen und sich einen Überblick über die Angebote in Lübben verschaffen.

Der große Marktplatz mit Sitzmöglichkeiten im Baumhain sowie verschiedene Cafés und Restaurants mit Außenbereichen schaffen einen attraktiven Raum zum Verweilen. Er ist nicht nur Veranstaltungsort für den Frischemarkt, sondern vielfach ein Ort zum gemeinsamen Treffen.

Seit 2013 trägt Lübben den Titel der Qualitätsstadt (Q-Stadt), was in Form eines großen, grünen „Q“ am Brückenplatz für Gäste und Einheimische ersichtlich ist. Das Engagement und der Service in der Urlaubsregion werden somit belohnt und sorgen für eine stetige Verbesserung des Wohlbefindens der Gäste, aber auch der Einheimischen.

Aufgrund dessen, dass die Stadt über zwei Bundesstraßen erschlossen wird, besteht die Herausforderung der Minderung der Lärmauswirkungen und einer teils verminderten Luftqualität. Durch das hohe Verkehrsaufkommen ist mitunter der innerstädtische Verkehrsfluss gestört.

Das Gewerbegebiet befindet sich außerhalb der Innenstadt und u. a. in den Ortsteilen Neuendorf und Steinkirchen. Somit liegt dieses außerhalb der Erholungsgebiete.

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- Beschluss einer Vielzahl von Konzepten zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Gäste und Einwohner
  - 2014: Implementierung eines kommunalen Klimaschutzkonzeptes (vgl. Kap. 3.1.1.)
  - 2016: Erstellung eines Integrierten Fuß- und Radwegekonzeptes „Lübben Barrierefrei“ mit einem entsprechenden Maßnahmenkatalog; Ziele: alltägliche, schulische und touristische Wegebeziehungen sichern und barrierefrei gestalten, Aufenthalts- und Erholungsqualität in der Stadt verbessern
  - 2017: Erarbeitung eines Organisations- und Entwicklungskonzeptes 2026 für die künftige Entwicklung der Stadt im Bereich Erholung und Freizeit; Evaluierung des Konzeptes in 2020
  - Fortschreibung und Neuausrichtung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes in 2019 unter dem Namen „Mein Lübben 2030“
  - 2023: Unterzeichnung der Absichtserklärung, um Antrag auf Reprädikatisierung als staatlich anerkannter Erholungsort stellen zu können
  - regelmäßige Erhebung des Status quo in Form von Sachstandsberichten (alle zwei Jahre)
  - Bemühung der Stadtverwaltung um eine kontinuierliche Fortschreibung und Neuausrichtung der bisherigen Konzepte
- 2023: Rezertifizierung der Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) aufgrund ihrer zahlreichen Qualitätsbetriebe als Q-Stadt
- Sanierung von Innenstadtbereichen, wie bspw. dem Marktplatz (historische Altstadt) und Umgebung, dem westlichen Spreeufer sowie des Bahnhofs

- Stärkung der Wegebeziehungen zwischen Innenstadt und angrenzenden Gebieten, Herstellung von Sichtachsen und Schaffung von Räumen zum Verweilen
- Gestaltung des Lübbener Schlossumfeldes, um als Bindeglied zwischen Innenstadt und Schlossinsel zu agieren und Besucher in das Zentrum zu lenken
- Sicherung des in der Mitte Lübbens gelegenen Hains (Stadtwald) als letzter funktionierender Auenwald
- kontinuierlicher Beitrag zur Innenstadtentwicklung durch Bauvorhaben wie bspw. dem Bau von Querungsiseln am Ernst-von-Houwald-Damm oder der Gestaltung des Schlossumfeldes als Burghof

#### **Bedarfe/Potenziale**

- Fortschreibung des Integrierten Verkehrsentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 1993 (für die Jahre 2020/2021 geplant, bisher nicht erfolgt)
- Umsetzung des vorliegenden innerstädtischen Leitsystems zur gezielten Besucherlenkung über Fuß- und Radwege
- zukünftig Verbesserung von Wohnquartieren wie bspw. der Stadtteil Nord und die damit verbundene Aufenthaltsqualität mithilfe von Bürgerbeteiligung
- stärkere Umsetzung der Maßnahmen zur Barrierefreiheit aus dem „Integrierte Fuß- und Radwegekonzept – Lübben barrierefrei“

### **3.1.3 Einzelhandel**

Die Studie „Vitale Innenstädte 2018“ zeigt auf, dass Lübben im Vergleich zu 116 Städten bundesweit überdurchschnittlich positiv bewertet wird. Die Attraktivität der Lübbener Innenstadt wird mit der Schulnote 2,4 (Bundesdurchschnitt liegt bei 2,6) bewertet. Die Befragung ergab zudem, dass die Lübbener Innenstadt als touristischer und Freizeitort wahrgenommen wird. Statistische Daten<sup>3</sup> belegen, dass Touristen mit ihren Tagesausgaben rund 7,5 % des Gesamtumsatzes in Lübben generieren.

Der Einzelhandelsbereich in Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) ist geprägt von „kleinen und feinen Geschäften“, von denen viele privat geführt werden. Insgesamt befinden sich in der Stadt mehr als 150 Geschäfte und Gaststätten, darunter auch einige Filialisten wie z. B. Hugendubel oder Ernstings Family. Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2015 wurden 157 Einzelhandelsbetriebe erfasst. Die Innenstadt ist der zentrale Geschäftsbereich in Lübben. Bisher ist eher eine kleinteilige Einzelhandelsstruktur mit einer geringen Verkaufsfläche festzustellen. Durch Veranstaltungen wie der Shoppingnacht, der Quark-Leinöl-Meile, dem Spreewaldfest, der Eisbahn im Winter oder dem Adventsmarkt wird die Innenstadt weiter belebt und somit der Einzelhandel gefördert. Auch der Wochenmarkt, der mittlerweile drei Mal in der Woche stattfindet, mit seinem breiten Angebot an regionalen Produkten, trägt zur Attraktivierung der Innenstadt bei.

---

<sup>3</sup> dwif (2017): Freizeit- und Erholungsstandort Lübben 2026: Neue Strukturen, Angebote, Impulse - Organisations- und Entwicklungskonzept

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- Etablierung von Veranstaltungen in der Innenstadt
- Erstellung des Einzelhandelskonzeptes vor fast 10 Jahren (Aktualisierung bisher nicht in Planung)

#### Bedarfe/Potenziale

- ggf. Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes
- Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels gemäß des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2015
- Sicherung des bestehenden Einzelhandels

### 3.1.4 Verkehrsverbindung und Mobilität

Die Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) ist sehr gut an die Bundesstraßen B115, B87 und die Autobahn A13 angebunden. Durch die beiden Bundesstraßen, die durch die Stadt verlaufen, tritt eine erhöhte Lärmbelästigung mit teils verringerter Luftqualität auf. Durch das hohe Verkaufsaufkommen wird der städtische Verkehrsfluss gestört.

Die Stadt verfügt über eine sehr gute ÖPNV-Anbindung (siehe Abb. 2, rote (Bus) und orange (Bahn) Markierung). Die Bahnverbindung RE2 Berlin-Cottbus fährt stündlich durch die Stadt und stellt eine Verbindung zu den nächstgelegenen Großstädten her. Mit dem RE2 sowie dem RE7 gibt es somit stündlich zwei Verbindungen von Berlin nach Lübben und umgekehrt. Mit dem Regionalzug RE18 kann auch Dresden erreicht werden. Innerorts stehen Busse zur Verfügung, die Lübben auch mit den umliegenden Orten verbindet. Ausgehend von Lübben besteht die Möglichkeit, sämtliche Stadtteile (476 nach Golßen, 500 nach Straupitz, 512 nach Hartmannsdorf) sowie die Städte Luckau (472), Lübbenau (507) und Burg (500) mittels Busverbindungen zu erreichen. Die PlusBus-Linien 472 (zwischen Lübben und Luckau) und 500 (zwischen Lübben und Burg) verkehren wochentags stündlich. Das Netz der Haltestellen ist allerdings vergleichsweise dünn strukturiert und die Frequenz der Verbindungen erweist sich als noch nicht besonders auf die Bedürfnisse von Touristen ausgerichtet<sup>4</sup>.

Wird Lübben als Wirtschaftsstandort betrachtet, befindet sich die Stadt ideal zwischen den beiden Wirtschaftszentren Berlin (70 km nördl. Entfernung) und Dresden (95 km südl. Entfernung). Der Flughafen BER ist in einer Stunde erreichbar.

<sup>4</sup> dwif (2017): Freizeit- und Erholungsstandort Lübben 2026: Neue Strukturen, Angebote, Impulse - Organisations- und Entwicklungskonzept

Abb. 2 ÖPNV-Verkehrsanbindung Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)



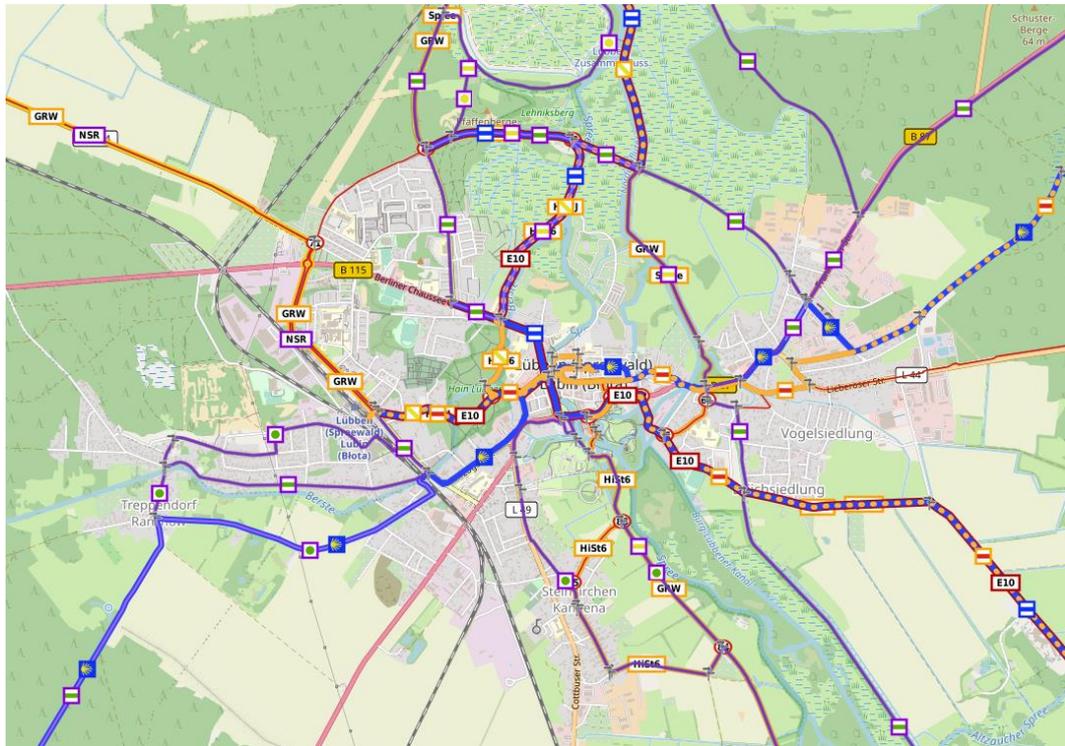
© OpenStreetMap

Um die Kernstadt sowie im Süden und Westen stehen zahlreiche Parkmöglichkeiten zur Verfügung. Es gibt zehn öffentliche Parkflächen, die größtenteils gebührenfrei sind. Darunter befinden sich 14 Parkplätze für Elektroautos. Am Bahnhof befinden sich 320 P+R-Stellplätze, um den Pkw stehen zu lassen und sich innerhalb der Stadt zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem ÖPNV fortzubewegen. Darüber hinaus verfügt die Spreewaldstadt über einen Parkplatz für Reisebusse (Burglehn, Schloss) sowie 65 Wohnmobilstellplätze (Burglehn, Frankfurter Straße). Ab 2025 ist eine Untertunnelung der Gleise am Bahnhof geplant, um den Bahnhof als Mobilitätsdrehscheibe zu inszenieren. Sie soll Zugang zu Parkplätzen und Fahrradabstellmöglichkeiten auf der bisher unzugänglichen Seite des Bahnhofs der Majoransheide bieten und als Personenunterführung dienen.

In der Kernstadt sind überwiegend 30 km/h Zonen und verhältnismäßig wenig Fußgängerwege.

Das Rad- und Wanderwegenetz (siehe Abb. 3) erstreckt sich über mehr als 1000 km durch den Spreewald und verbindet die umliegenden Landschaften und Ausflugsziele im Spreewald miteinander. Ein großer Teil des Streckennetzes verläuft durch die Kernstadt, sodass es zu einigen Überschneidungen im Wegenetz kommt. Außerorts gibt es bisher wenige Radwege (rot-gelbe Markierung), zukünftig sind aber weitere in Planung, um auch angrenzende Gemeinden gut anzubinden. Wanderwege (blaue Markierung) durchqueren ebenfalls die Kernstadt, führen von dort nördlich, östlich und südlich ins Land Brandenburg.

Abb. 3 Rad- und Wanderwegenetz in und um Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)



© OpenStreetMap

Zwischen Bahnhof und Innenstadt entsteht eine Mobilitätsachse (fußläufig kürzeste Verbindung zwischen dem Bahnhof und der Innenstadt), die den Fußgängern, Radfahrern und mobilitätseingeschränkten Personen zur Besucherlenkung dient. Im Kontext der Barrierefreiheit hat die Stadt Lübben ein integriertes Netzwerk für Fuß- und Radwege entwickelt.

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Umgesetzte Maßnahmen

- aktive Umsetzung von Verkehrsmaßnahmen (zur Beseitigung von Verkehrsproblemen), um Lebensqualität der Einwohner sowie Aufenthaltsqualität für Einwohner und Gäste zu fördern
- Verkehrslenkung und -beruhigung Bestandteil der Auflagen des Prädikats für den „staatlich anerkannten Erholungsort“, dadurch Sensibilisierung für Themen wie Geschwindigkeitsbegrenzungen, Ortsumgehungen, Kreisverkehre, Wegeleitsysteme sowie Sicherung von Fuß- und Radwegen und Sanierungen bei der Stadtverwaltung
- 2016: Erarbeitung des „Integrierten Fuß- und Radwegekonzeptes – Lübben barrierefrei“, zur Strukturierung alltäglicher und touristischer Wegebeziehungen
  - Betrachtung und Berücksichtigung aller Anspruchsgruppen/Menschen; Abbau von Barrieren ist Gewinn für alle, für Eltern mit Kinderwagen, für Rentner, für mobilitätseingeschränkte Personen etc.
  - Mehrwert für die Wegeführung sowie die Besucherlenkung, Destination wird für Menschen mit Behinderung zusätzlich attraktiv

- 2019: Wachstum des Parkplatzes Burglehn auf insgesamt 349 Stellplätze für Pkw und 9 Busparkplätze (kostenfreie Nutzung, ursprünglich für große Veranstaltungen gedacht) → Entzerrung des Stadtverkehrs und Verbesserung des Verkehrsflusses
- Errichtung von öffentlich zugänglichen Ladesäulen für Elektrofahrzeuge
- Sanierung von Teilen der Innenstadt und mehrerer Fahrbahnbeläge
- Bau von 3 neuen Kreisverkehren in den letzten Jahren
- erfolgreich abgeschlossene Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung:
  - grundlegende Sanierung der Bundesstraße B87/Ernst-von-Houwald-Damm
  - Aufwertung des östlichen Bahnhofvorplatzes mit einer neuen WC-Anlage und verbesserten Wartebedingungen für Reisende
  - Verbesserung der Parksituation für Fahrräder: verschließbare Fahrradbox („Kleines Radhaus“) am Bahnhof vorhanden
  - Realisierung von drei digitalen Gästeinformationsstelen am Bahnhof, am Marktplatz und an der Tourist-Information

#### **Bedarfe/Potenziale**

- innerstädtisches Wegeleitsystem (in Planung) – einheitliche Gestaltung der Beschilderung, Etablierung von thematischen Routen, Integration neuer Techniken; Ziel: Verringerung des Verkehrs in der Innenstadt und damit einhergehende Verbesserung der Luftqualität sowie Reduzierung des Verkehrslärms<sup>5</sup>
- Berücksichtigung von Kreisverkehren (anstelle von Kreuzungen) bei weiteren verkehrsplanerischen Vorhaben
- Ausbau der Bundesstraßen (B87/B115) → es gibt bisher unzureichende Geh- & Radwege
- Ausbau der Fahrradwege auf Wunsch der Bürger Lübbens: es besteht Bedarf an sicheren Fahrradwegen, Querungen, durchgängigen Routen; aktuell behindern sich Radfahrer & Fußgänger gegenseitig
- die Stadtlinie (Bus) gibt es nicht mehr; Stadtlinie wurde gut genutzt, aber Zuzahlungen waren sehr hoch
- aktuell konstante Störung durch B87, Ortsumgehung kann bis 2030 nicht realisiert werden, woraus hohe Verkehrsbelastung im Stadtkern resultiert; Ortsumgehung/Umfahrung (bisher große Herausforderung; noch nicht klar, ob sie realisiert wird)

### **3.1.5 Beherbergung und Gastronomie**

Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) bietet ein breites Beherbergungsangebot für unterschiedliche Zielgruppen an. Entsprechend der amtlichen Statistik waren im Jahr 2022 26 Betriebe mit über 10 Betten gelistet. Auf der touristischen Website von Lübben werden

---

<sup>5</sup> Gezielte Besucherlenkung über Fuß- und Radwege kann dazu beitragen Verkehrsbelastung insgesamt zu reduzieren, indem es eine attraktive, sichere und effiziente Alternative zum motorisierten Individualverkehr bietet. → Verringerung von Suchverkehren, attraktive Wege motivieren zur Anreise mit der Bahn, Sicherheit und Sichtbarkeit der Wege)

ausgewählte Unterkünfte dargestellt, darunter befinden sich sechs Hotels, 13 Pensionen und Gasthäuser sowie mehrere Ferienhäuser und -wohnungen. Der Campingplatz Spreewald-Camping Lübben mit Caravan-Parkplatz und eine Jugendherberge an der Spree mit Zeltplatz sind ebenfalls Übernachtungsmöglichkeiten. Eine weitergehende Differenzierung der Beherbergungsbetriebe kann dem Erhebungsbogen entnommen werden.

**Abb. 4 Gewerbl. Beherbergungskapazität Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) 2016, 2019, 2022**

	2016	2019	2022
Betriebe	19	24	26
Betten	820	864	922
Durchschn. Auslastung	64,0 %	62,3 %	56,4 %

Quelle: Datengrundlage Amt für Statistik Berlin Brandenburg

Die Stadt weist ein hohes Qualitätsniveau bei den Beherbergungen auf, eine Vielzahl der Betriebe ist aktuell mit ServiceQ vom DTV zertifiziert. Fünf Hotels wurden mit dem deutschen Hotelzertifikat der DEHOGA ausgezeichnet.

**Abb. 5 Zertifizierung von Beherbergungen und weiteren Betrieben**

Zertifizierung	Beherbergungskategorie
Deutsche Hotelklassifizierung der DEHOGA	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1x 3-Sterne-Hotel <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hotel &amp; Restaurant Lindengarten</li> </ul> </li> <li>■ 2x 3-Sterne-Superior-Hotel <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hotel &amp; Restaurant Spreeblick</li> <li>▪ Spreewaldhotel Stephanshof</li> </ul> </li> <li>■ 1x 4-Sterne-Superior-Hotel <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strandhaus Boutique Resort &amp; Spa</li> </ul> </li> </ul>
Bett&Bike	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 8 Qualitätszertifizierungen „Bett+Bike“-Gastbetriebe in Lübben <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Scheunenhof Lübben</li> <li>▪ Hotel Lindengarten</li> <li>▪ Hotel &amp; Restaurant Spreeblick</li> <li>▪ Spreehaus Apartments</li> <li>▪ Spreewälder Ferienpension Werner</li> <li>▪ Spreewaldferienhaus</li> <li>▪ Spreewaldhotel Stephanshof</li> <li>▪ Spreewälder Ferienhäuser am Berste-Ufer</li> </ul> </li> </ul>
ServiceQ-Zertifizierung vom DTV	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gasthaus Bukoitz</li> <li>■ Strandhaus Boutique Resort &amp; Spa</li> <li>■ Hotel &amp; Restaurant Spreeblick</li> <li>■ Spreewaldhotel Stephanshof</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ferienwohnung „Unikat“</li> <li>■ Jugendherberge Lübben</li> <li>■ Scheunenhof</li> <li>■ Spreehaus Apartments</li> <li>■ Spreewälder Ferienhäuser am Berste – Ufer</li> <li>■ Spreewälder Ferienpension Werner</li> <li>■ Spreewaldferienhaus</li> </ul>
	<p>weitere Betriebe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bootsverleih Gebauer</li> <li>■ Jegasoft Media e. K.</li> <li>■ Kletterwald Lübben</li> <li>■ Restaurant Koralle</li> <li>■ Stadt Lübben (Spreewald) – Bürgerbüro und Zentrale/Empfang</li> <li>■ Tourismus, Kultur und Stadtmarketing Lübben (Spreewald) GmbH</li> </ul>

Die Lübbener Gaststätten punkten mit spreewaldtypischen Gerichten, aber auch gutbürgerlichen, geschmackvollen und internationalen Gerichten. Darunter befinden sich zahlreiche Cafés, Restaurants und Bäckereien. Die Gastronomiebetriebe befinden sich überwiegend im Stadtzentrum. Im Austausch mit den relevanten Akteuren der Stadt wurde festgestellt, dass ein Mangel an Gastronomiebetrieben besteht, wodurch in den meisten Fällen ohne vorherige Reservierung keine Verfügbarkeit in den Restaurants gegeben ist.

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Umgesetzte Maßnahmen

- Anstieg der Beherbergungsbetriebe laut amtlicher Statistik von 19 (2016) auf 26 (2022) und damit Anstieg der Bettenkapazität von 820 (2016) auf 922 (2022)<sup>6</sup> → Erweiterung der Bettenkapazitäten schafft die Möglichkeit für mehr Gäste in Lübben zu übernachten und Ausflüge in die Region zu unternehmen
- Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen wie bspw. Familien, Paare und qualitätsbewusste Gäste durch die Vielfalt der Beherbergungskategorien und das hohe Qualitätsniveau der Lübbener Beherbergungsbetriebe
- Aufrechterhalten des Status quo hinsichtlich qualifizierter Betriebe; hohes Qualitätsniveau in Beherbergungsbetrieben
- erste Abstimmung der Öffnungszeiten in der Gastronomie in der Nebensaison/am Abend

<sup>6</sup> Hinweis: Zu beachten ist, dass hier nur Betriebe ab 10 Betten gezählt werden.

### Bedarfe/Potenziale

- Erweiterung des gastronomischen Angebotes (Quantität von Gaststätten) (bisher hohe Nachfrage in den Gastronomiebetrieben, zu wenig in der Saison, keine größeren Magnetbetriebe, Gesundheitsorientierung und Qualität wichtig)
- nicht ausreichend Bettenkapazitäten in einem Hotel (entsprechend der Evaluierungsergebnisse 2020; 3-4 Sterne, Segment Aktiv oder Familie); Bedarf ist erkennbar und den Akteuren bewusst, aber aktuell gibt es noch keinen Investor → BIZ mit Veranstaltungsfläche soll Lübben als Standort für Investoren attraktiver machen
- Fachkräftesicherung und Sicherung der Gastronomie sowie des Einzelhandels

### 3.1.6 Natur-, Aktiv-, Kultur- und Freizeitangebot

Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) liegt sowohl naturräumlich als auch kulturell und geschichtlich in einem hervorragenden Gebiet. Mit dem Spreewald vor der Tür, Paul Gerhardt als Bekanntheit sowie den Sorben und Wenden mit ihren Bräuchen, hat Lübben das Potenzial vielseitig aufgestellt zu sein. Ein großes Leistungsspektrum für verschiedene Zielgruppen schafft Aufmerksamkeit. Den Angebotsmix gilt es entsprechend zu vermarkten und sich an die Bedürfnisse der Gäste anzupassen. Die GästeCard Spreewald ermöglicht die Nutzung vergünstigter Angebote in kulturellen sowie wellness- und gesundheitsorientierten Einrichtungen innerhalb der Spreewaldregion. In den folgenden drei Abbildungen sind Lübbens Angebote aus dem Natur-, Aktiv- sowie Kultur- und Freizeitbereich aufgelistet.

**Abb. 6 Status quo Aktivangebote (Radfahren, Wandern, Wassersport)**

Kriterium	Status quo
Rad- und Wanderwege	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Wanderwege rund um Lübben               <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Europäischer Fernwanderweg E 10 führe durch das Dahme Seenland</li> <li>▫ 12. &amp; 13. Etappe 66-Seen-Wanderweg</li> <li>▫ geführte Erlebniswanderungen: Turmaufstieg mit der Lübbener Türmerin, Nachtwächter-Rundgang</li> <li>▫ Tourentipps: Paul-Gerhardt-Weg, Nordic-Walking-Tour etc.</li> </ul> </li> <li>■ Radwege rund um Lübben               <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ 3. Etappenstopp des Gurkenradwegs</li> <li>▫ Hofjagdweg</li> <li>▫ Spreeradweg</li> <li>▫ Niederlausitz-Spreewald-Radweg</li> <li>▫ Route 6 der Radrouten Historische Ortskerne</li> <li>▫ Tourentipps: Spreeradweg, Dahme Radweg, Radrouten Historische Stadtkerne, Tour Brandenburg etc.</li> </ul> </li> </ul>
Orientierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Radfahren               <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Radwegenetz nach Knotenpunktwegweisung ausgerichtet</li> </ul> </li> <li>■ Wasser</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ seit 2019 wassertouristisches Leitsystem → aktualisierte Wasserbeschilderung</li> </ul>
Qualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine Qualitätszertifizierung „Wanderbares Deutschland“</li> <li>▪ 8 Qualitätszertifizierungen „Bett+Bike“-Gastbetriebe in Lübben (Auflistung in Abb. 5)</li> </ul>
Verleihmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fahrrad- und E-Bike Vermietung am Spreewaldhotel Stephanshof, allerdings nur für Hotelgäste</li> <li>▪ Bootsvermietung Spreewaldhotel Stephanshof</li> <li>▪ Bootsverleih Gebauer</li> <li>▪ Boots- und (E)-Fahrradverleih Keutel</li> <li>▪ Bootsverleih Lehnigksberg: Kahnfahrt – Paddelboote – Fahrräder</li> </ul>
Wassererlebnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Badestelle SpreeLagune, Briesensee, Jägerbadstelle, Wasserspielplatz auf der Schlossinsel</li> <li>▪ Kahnfahrten über die Spree und Berste</li> <li>▪ Spreewelten-Bad mit Saunadorf in Lübbenau</li> <li>▪ Freibad in Luckau (20 km Entfernung)</li> <li>▪ Paddeln auf der Spree</li> <li>▪ kein Schwimmbad in Lübben</li> <li>▪ Hallenbad Delphin in Lübbenau</li> </ul>
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mietbare Fahrradstellplätze am Bahnhof Lübben</li> <li>▪ Akkulademöglichkeit in der Tourist-Information</li> <li>▪ Reiterhof</li> <li>▪ hohe Anzahl an Sportvereinen</li> </ul>

Abb. 7 Status quo Kultur

Kriterium	Status quo
POIs	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtmauer</li> <li>▪ Schlossinsel (mit Kunst im Park, Hügellabyrinth, Garten der Sinne)</li> <li>▪ Stadt- und Regionalmuseum im Lübbener Schloss</li> <li>▪ Wendischer Bauernhof</li> <li>▪ Liebesinsel</li> <li>▪ Klavierbrücke</li> <li>▪ Feuerwehrmuseum</li> <li>▪ Neunkirchner Platz</li> <li>▪ Denkmal am Hain</li> <li>▪ etc.</li> </ul>
Kulturge-schichte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt Paul Gerhardts (bedeutender evangelischer Kirchenlied-dichter)</li> <li>▪ 1930 Umbenennung der Stadtkirche St. Nikolaus in Paul-Gerhardt-Kirche</li> <li>▪ Paul-Gerhardt-Verein → Errichtung des Paul-Gerhardt-Zentrums</li> <li>▪ seit 2005 nichtamtlicher Namenszusatz „Paul-Gerhardt-Stadt Lübben“</li> </ul>

Kunst- und Kulturangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stadt- und Regionalmuseum im Lübbener Schloss (mit Wappensaal)</li> <li>■ Stadtbibliothek im historischen Marstall</li> <li>■ Wintergalerie im Spreewald-Service</li> <li>■ vertikale und horizontale Galerie im Landratsamt</li> <li>■ hohe Anzahl an Ateliers Lübbener Künstler</li> <li>■ Paul-Gerhardt-Kirche</li> <li>■ Paul-Gerhardt-Zentrum</li> <li>■ sorbische/wendische Bräuche</li> <li>■ Herrenhaus Neuhaus</li> <li>■ Nachtwächterrundgang</li> <li>■ etc.</li> </ul>
Musikangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Chöre</li> <li>■ Ensembles</li> <li>■ Winterkonzerte</li> <li>■ Insel Musiksommer</li> </ul>
Feste	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 3. September-Wochenende Spreewaldfest mit viel Brauchtum, Tradition, Sport und Show, Bühnen-Acts</li> <li>■ seit 2017 Fête de la Musique</li> <li>■ Maibaumstellen</li> <li>■ Zampern/Fastnacht in den Ortsteilen</li> <li>■ Lübbener Kindersommer</li> <li>■ Adventsmarkt, Glühweinmeile</li> <li>■ Lübbener Kahnnächte</li> <li>■ etc.</li> </ul>
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Flohmärkte in der Breiten Straße</li> <li>■ Mehrzweckhalle „Blaues Wunder“ für bspw. Musikveranstaltungen</li> </ul>

**Abb. 8 Status quo Freizeitangebote**

Kriterium	Status quo
Freizeitangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schlossinsel mit Spazierwegen, Hügellabyrinth, Wasserspielplatz</li> <li>■ Kletterwald mit Parcours</li> <li>■ Klanggarten</li> <li>■ Lübbener Familienstadtrallye</li> <li>■ Stadtführungen</li> <li>■ Kahnfahrten</li> <li>■ Lübbener Kindersommer</li> <li>■ Turmaufstieg mit der Lübbener Türmerin</li> <li>■ Nachtwanderung mit dem Lübbener Nachtwächter</li> <li>■ Spreewaldlichtspiele</li> <li>■ Minigolf-Anlage</li> <li>■ Naturkunde im Biosphärenreservat, „Waldschule Specht“</li> <li>■ Wasserspiel auf dem Markt</li> <li>■ Spielplätze</li> </ul>

Schlechtwetterangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sportpark</li> <li>■ Feuerwehrmuseum</li> <li>■ Museum Schloss Lübben</li> <li>■ Bowlingbahn „Bowlingo“</li> <li>■ Tropical Island Resort (&lt; 30min per Auto)</li> <li>■ Spreewald Lichtspiele (Kino in Lübben)</li> <li>■ Indoorspielplatz Haberland (Luckau)</li> </ul>
------------------------	--

## Entwicklung der letzten Jahre

### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- bereits sehr gute Nutzung des Potenzials an naturräumlichen und geschichtlichen Gegebenheiten, entsprechende Angebote auf der touristischen Website Lübbens zu finden, insbesondere Ausrichtung für Familien, Paare und Aktivurlauber
- positive Entwicklung des Tourismusstandorts Lübben → erfolgreiche Tourismuswirtschaft mit innovativen Produktentwicklungen
- Schaffung neuer touristischer Angebote, wie bspw. der neuen Stadtrallye (2 Stunden)
- Eröffnung des Spielplatzes Parksiedlung im Frühjahr 2024 mit vielen Sitzgelegenheiten (innovatives Spielplatzkonzept, bei dem Jung und Alt miteinander verbunden werden sollen)
- Radtourismus spielt eine immer größere Rolle, weshalb u. a. Radwegeabschnitte modernisiert wurden und werden.
- Inszenierung des Paul-Gerhardt-Wanderweges: auf den verschiedenen Etappen können Touristen viel über die Lebensgeschichte Paul Gerhards erfahren, der die Stadt geprägt hat
- aufbauend auf die Erarbeitung des Masterplan „Naturverträglicher Wassertourismus Spreewald“ von 2010 bis 2012 erfolgte die Umsetzung eines wassertouristischen Leitsystems bis 2019; die Beschilderung erfolgt über ein Nummernsystem
- aktuelle Durchführung einer Machbarkeitsstudie für ein Besucherinformationszentrum (BIZ) als Ausbau der Infrastruktur: Zentrum soll verschiedene Themen beinhalten, TI und Museum sollen dort mit integriert werden, soll Raum für Veranstaltungs- und Tagungsmöglichkeiten bieten
- bereits Sichtbarkeit von Schlechtwetterangeboten auf der Website von Lübben; Verfügbarkeit von entsprechenden Printmedien zu den touristischen Angeboten mit zugehörigem Kartenmaterial bzw. einer einfachen Übersicht

### Bedarfe/Potenziale

- Freizeitwegenetz dauerhaft sichern und weiterentwickeln, Begleitinfrastruktur mitdenken
- kontinuierliche Weiterentwickeln der Freizeitinfrastruktur und setzen von Impulsen für Wiederholungsbesucher (insb. auch Indoor-/Schlechtwetterangebote), Thema Wasser weiter forcieren

- digitale Erlebbarkeit kontinuierlich weiterentwickeln (bspw. Inszenierungen und Multimedia in den Museen/Ausstellungen)
- Angebotserweiterung für größere Kinder bzw. junge Menschen
- Attraktivierung bestehender Schlechtwetterangebote für Kinder
- Verknüpfung von Angeboten
- Schaffung der online-Buchbarkeit von Angeboten über die Website
- Schaffung von Abendangeboten

### 3.1.7 Gesundheitsangebote und Wellness

Die Kreisstadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) ist seit 1999 staatlich anerkannter Erholungsort. Das Gesundheitswesen ist mit ca. 1600 Arbeitsplätzen der größte Arbeitgeber in der Stadt. Für die medizinische Versorgung stehen drei Kliniken sowie mehrere Facharztpraxen zur Verfügung. Außerdem verfügt die Stadt über medizinische Versorgungszentren, u. a. ein kommunales „MVZ Spreewald“ (in Gründung). Darüber hinaus existiert ein vielfältiges Gesundheits- und Wellnessangebot. Das Spektrum reicht von Saunen bis hin zum Sportpark. Bisher gibt es aber nur wenige gesundheitsorientierte Angebote für touristische Gäste.

Abb. 9 Status quo Gesundheit und Wellness

Kriterium	Status quo
Medizinische Versorgung	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Klinikum Dahme-Spreewald (Kreiskrankenhaus)</li> <li>■ MVZ-Poliklinik Lübben (Allg. Medizin, Gynäkologie, Chirurgie)</li> <li>■ Reha-Zentrum Lübben, Kliniken Professor Dr. Schedel GmbH (Orthopädie, Onkologie)</li> <li>■ Asklepios Fachklinikum Lübben (Neurologie, Psychiatrie)</li> <li>■ ambulante med. Versorgung durch Ärzte und Zahnärzte</li> </ul>
Gesundheit- und Wellnessangebote	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sportpark</li> <li>■ Spreevita</li> <li>■ Physiotherapie und Gesundheitsstudie Lutter</li> <li>■ Yogastudio Marina Ruschke</li> <li>■ Yoga Purna</li> <li>■ Spreewelten-Bad mit Saunadorf (in Lübbenau, 12 km Entfernung)</li> <li>■ Spreewaldtherme (in Burg 30 km Entfernung)</li> <li>■ Wellnessangebote im STRANDHAUS SPA, bspw. Retreats, Ruhewürfel, Wellnessanwendungen buchbar (neuer Wellness-Bereich in Planung, dann auch für Tagesgäste nutzbar)</li> <li>■ Kneipp-Außenanlage (in Verbindung mit Wellness-Hotel)</li> </ul>
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Hotel-Restaurant Spreeblick bietet umfangreiches Wellness- und Erholungsangebot</li> <li>■ Hotel Strandhaus &amp; Spreewaldhotel Stephanshof bieten Fahrrad- und Paddelboot-Verleih</li> </ul>

- Hotel-Restaurant „Lindengarten“ arbeitet mit Sportpark Lübben für sportliche Aktivitäten zusammen
- Jugendherberge bietet Fastenwochen nach Dr. Buchinger an

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- Sicherung des notwendigen Gesundheitsangebotes für die Prädikatisierung (insbesondere über Gastgeber)
- neues kommunales MVZ befindet sich in der Gründungs- und Zulassungsphase; Vorbereitung des MVZ-Gebäudes (1. Quartal 2024)<sup>7</sup>

#### Bedarfe/Potenziale

- Thema Gesundheit könnte noch eine größere Rolle spielen; Gesundheitsdienstleister decken die gesetzlichen Vorgaben ab, bisher nur wenige gesundheitsorientierte Angebote für touristische Gäste → Berücksichtigung in der weiteren Angebotsentwicklung
- Entwicklungsmöglichkeiten bestehen vor allem im Bereich von Sportstätten und öffentlichen Wellnessangeboten (unabhängig von Beherbergungsbetrieben)
- perspektivisch: Prüfung einer Prädikatisierung als Kurort zur Stärkung der Gesundheitsorientierung (auch im Zuge der weiteren Entwicklung des MVZ Lübben)

### 3.1.8 Tourismusmarketing, Organisation und Kooperation

Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) ist Teil der Destination Spreewald, es besteht eine Wiedererkennbarkeit im Marketing. Die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Spreewald und die Vernetzung innerhalb des Reisegebietes Spreewald ermöglicht ein qualitatives und professionelles Marketing.

Es gibt ein einheitliches und durchgängiges Corporate Design der Stadt. Bisher ist eine gute Präsenz sowohl online als auch analog festzustellen. Die Website ist aktuell, ansprechend gestaltet und verfügt über ein responsives Design. Die Inhalte der Printmedien und der Website sind gut aufeinander abgestimmt – digitale Tools, wie eine Buchungsplattform für Unterkünfte, sind in die Website integriert. Der Slogan „Lübben - Die Stadt im Spreewald“ wird durchgehend durch die Stadt und die TKS verwendet.

Die Tourist-Information Spreewald-Service Lübben zeigt ebenfalls eine gute Präsenz mit ausreichend Informationen für und rund um die Destination Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota). Das Gütesiegel „ServiceQ“ sowie das rote „i“ unterstreichen den qualitativ hochwertigen Gästeservice vor Ort.

Es gibt eine Vielzahl von Bürgerinitiativen und Vereinen für die Stadt Lübben, die sich in den unterschiedlichsten Bereichen des Tourismus engagieren.

<sup>7</sup> MVZ Spreewald (2024). Willkommen bei mvz spreewald in Lübben. <https://www.mvz-spreewald.de/Aktuelles/Willkommen-beim-mvz-spreewald-in-Luebben.html> (Abgerufen am 08.01.2024)

Abb. 10 Status quo Akteure und Aufgaben

	Akteure und Aufgaben
Destination (Spreewald)	<p><b>Tourismusverband Spreewald e. V.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufgaben: Destinationsmanagement und überregionales Marketing (inkl. Kommunikation und Vertrieb für die Ortsebene und touristische Leistungsträger)</li> </ul>
Lokal (Lübben)	<p><b>Tourismus, Kultur und Stadtmarketing Lübben (Spreewald) GmbH (TKS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufgaben: Information und Kommunikation über das Reise- und Freizeitziel Lübben (Gästeservice und -information), Zimmervermittlung, strategisches und operatives Tourismusmarketing, Steigerung des Bekanntheitsgrades von Lübben, Veranstaltungsmanagement, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätsmanagement, Netzwerkarbeit</li> <li>■ Prospektservice (Prospektbestellung, online lesbar)</li> <li>■ Schnittstelle zwischen Verwaltung und Leistungsträgern</li> <li>■ 7 Mitarbeitende (Stand 01/2024)</li> </ul> <p><b>Tourist-Information Spreewald-Service Lübben</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ einer von drei Geschäftsbereichen der TKS</li> <li>■ Aufgaben: persönliche Beratung, Unterkunftsvermittlung, Informationsmaterial zu Lübben und Umgebung, Wasser-, Radwander- und Wasserwanderkarten, Souvenirs und touristische Publikationen, Ticketservice, kostenfreies WLAN</li> <li>■ Siegel: Gütesiegel „Service-Qualität“, „i-Marke“, „Gastfreundschaft mit Verantwortung in Brandenburg“</li> <li>■ 2 Mitarbeitende (Stand 01/2024)</li> </ul> <p><b>„Allianz für Lübben – Gemeinsam für Kultur“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufgabe: Konzept zur Kulturförderung in Lübben</li> <li>■ Teil und Initiative der TKS</li> </ul> <p><b>Tourismusverein Lübben und Umgebung e. V.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vorstandsvorsitzender Olaf Stöbe</li> <li>■ Aufgaben: qualitätsorientierte und naturverträgliche Fremdenverkehrsentwicklung in der Region</li> <li>■ Vorstandssitzungen, Stammtische, Projektgruppen</li> </ul> <p><b>Stadt Lübben (Wirtschaftsförderung und weitere Abteilungen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufgaben: Infrastrukturentwicklung (bspw. Freizeitwege, öffentliche Infrastrukturen, Plätze und Parks), Kulturentwicklung, Stadtmarketing</li> </ul> <p><b>Leistungsträger</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ touristische Grundversorgung des Gastes</li> <li>■ Entwicklung/Unterhaltung der touristischen Angebote, Produktentwicklung</li> </ul>

**Abb. 11 Status quo Kommunikation und Vertrieb**

Kriterium	Status quo
Gästedienst vor Ort	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tourist-Information Spreewald-Service Lübben</li> <li>■ Siegel: Gütesiegel „Service-Qualität“, „i-Marke“, „Gastfreundschaft mit Verantwortung in Brandenburg“</li> <li>■ Öffnungszeiten: ganzjährig geöffnet, im Jahresverlauf angepasste Öffnungszeiten</li> <li>■ Mai - Okt <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mo.-Fr.: 10 Uhr bis 17 Uhr</li> <li>▪ Sa., So. und Feiertage: 10 Uhr bis 16 Uhr</li> </ul> </li> <li>■ kostenfreies WLAN</li> <li>■ 3 digitale Informationsstelen am Markt, Bahnhof und an der Tourist-Information</li> </ul>
Internetpräsenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ offizielle Internetpräsenz: <a href="http://www.luebben.de/tourismus">www.luebben.de/tourismus</a></li> <li>■ eingearbeitetes Buchungssystem für Übernachtungen</li> <li>■ Veranstaltungskalender</li> <li>■ responsives Design</li> </ul>
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Facebook-Account „Lübben – Die Stadt im Spreewald“ (Stand: 16.01.2024 Follower 12.013, „Gefällt mir“ 11.656, regelmäßige Posts)</li> <li>■ Instagram-Account „luebbendiestadtimspreewald“ (Stand: 16.01.2024 Follower 2.250, Beiträge 486, regelmäßige Posts)</li> </ul>
Informationsmaterial	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Imagebroschüre Lübben</li> <li>■ Urlaubsmagazin Spreewald mit Gastgeberverzeichnis</li> <li>■ Willkommen in Lübben Imageflyer (EN, PL)</li> <li>■ Paul-Gerhardt-Weg Flyer</li> <li>■ Spreewaldkarte für Kinder Flyer</li> <li>■ Lübbener Kindersommer Flyer</li> <li>■ Rad- und Wanderflyer „Rund um Lübben“</li> <li>■ Erlebniskahnfahrten und Stadtrundgänge Flyer</li> </ul> <p>→ kostenlos, online lesbar</p>
Corporate Design	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Logo Libelle (grün),</li> <li>■ Slogan „Lübben - Die Stadt im Spreewald“</li> </ul>
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lübbener Wochenpost mit Freizeitangeboten für die kommende Woche (digital/analog)</li> </ul>

### Entwicklung der letzten Jahre

#### Erfolge/Umgesetzte Maßnahmen

- Aufbau der offiziellen touristischen Website für Lübben: <https://www.luebben.de/tourismus/de/>
- Wiedererlangung der Zertifizierung ServiceQ im Jahr 2019 für die touristische Informationsstelle in Lübben (Spreewald)
- Wiedererlangung der Zertifizierung als Q-Stadt in 2023

- Integration Lübbens auf der offiziellen Website des Spreewalds (hat effiziente und effektive Vernetzung etabliert)
- 2021: Verleihung des renommierten Siegels „Gastfreundschaft mit Verantwortung in Brandenburg“ (wodurch die herausragende Qualität und die nachhaltige Ausrichtung der Gastfreundschaft in der Stadt hervorgehoben werden)
- Durch das kooperative Engagement zahlreicher touristischer Akteure und Vereine präsentiert Lübben nach außen hin ein homogenes und in sich geschlossenes Erscheinungsbild.
- Etablierung des Kulturstammtisches der Stadt, AG Innenstadt
- Stammtische der TKS mit Gastro/Hotellerie, Kahnfährleuten, Stadtführern, Verleihern
- Meetings zwischen TKS, WiFö, Kultur, Beteiligungsmanagement
- Weihnachtsprodukte in der TI: jährliche, individuelle Weihnachtskugel und Spreewaldgurke
- Weiterentwicklung der Marke „Lübben“ im Jahr 2019
- Aktivitäten im Bereich Digitalisierung, bspw. digitale Gästeinfo (3 Stelen) und Buchungssystem für die Vermittlung von Unterkünften; Prozesspartner für das neue „Tourism Data Hub“ der TMB
- Marketingmaßnahmen in Quellmärkten wie Berlin, Dresden, Leipzig erfolgt
- Beteiligung an Kampagne „Winterzeit“ der DMO und eigene Aktivitäten der TKS, Angebotserweiterungen

#### Bedarfe/Potenziale

- Ausbau der Kommunikation und des Austauschs mit Kahnanbietern sowie Ausbau der Zusammenarbeit mit ÖPVN-Anbietern
- stetiger Ausbau der Kooperationen (lokal, regional)
- Aufgabenteilung zwischen allen Partnern in der Stadt Lübben klären, sichern und leben, Wir-Gefühl stärken
- Verstärkung des Marketings für den Marktplatzsommer (Livemusik an sieben Abenden & geöffnete Läden; Eintritt frei)
- Prüfung der Erhöhung der Kurtaxe

### 3.1.9 Querschnittsthemen: Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit, Digitalisierung

#### Barrierefreiheit

Die Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) verfügt über ein großes Potenzial und Engagement im Bereich der **Barrierefreiheit**. Mehrere Einrichtungen verfügen über Aufzüge oder sind rollstuhlgeeignet. Die Website der Destination hat eine Erklärung zur Barrierefreiheit abgegeben, in der sie darlegt, dass sie den Anforderungen der Barrierefreiheit gerecht werden will und das Thema in ihr Leitbild integriert hat. Es ist anzumerken, dass die Website <https://www.luebben.de/tourismus/de/> nicht über die Funktion „leichte Sprache“ verfügt. Des Weiteren ist auf dem Markt ein Blindenstadtmodell zu finden. Für

die Stadt Lübben existiert bereits das „Integrierte Fuß- und Radwegekonzept – Lübben barrierefrei“ mit einem entsprechenden Maßnahmenkatalog. Damit soll das Ziel verfolgt werden, die alltäglichen, schulischen und touristischen Wegebeziehungen sicher und barrierefrei zu gestalten sowie die Aufenthalts- und Erholungsqualität in der Stadt zu verbessern.

### **Digitalisierung**

In Bezug auf den Trend der **Digitalisierung** sind auf der touristischen Website digitale Tools integriert. Eine Buchungsplattform ist Teil der Website, sodass Unterkünfte eigenständig gebucht werden können. Weitere touristische Produkte können telefonisch oder per Mail angefragt bzw. gebucht werden. Die vorhandenen Printmedien über die Stadt Lübben und die Umgebung können digital abgerufen werden. Bisher sind drei digitale Infostelen für die Gästeinformation aufgestellt worden. Die Informationen werden aus der DAMAS- und EVENT-Datenbank über das Reiseland Brandenburg ausgespielt.

### **Nachhaltigkeit**

Lübben ist in puncto **Nachhaltigkeit** gut aufgestellt und engagiert sich für die Umwelt und das Klima. Zukünftig liegt ihnen etwas daran, sich für die Verbesserung der hiesigen Infrastruktur und den Umweltbedingungen einzusetzen sowie die Mobilität und Energieeffizienz zu stärken. Derzeitig sind Themen wie regionale Erzeugung, Nutzung erneuerbarer Energien und nachhaltige Mobilität ebenfalls Bestandteil des Stadtentwicklungskonzeptes „Mein Lübben 2030“ und des Klimaschutzkonzeptes. Darüber hinaus wurden regional bereits mehrere Solarfelder und Windkraftanlagen errichtet. Seit 2018 bezieht die Stadt ausschließlich Ökostrom. Mit dem sorbischen Umweltprojekt „Müll ist keine Sage“ sollen Einheimische und Gäste dazu angeregt werden, den Spreewald zu schützen und die Innenstadt weiterhin sauber zu halten.

## **Entwicklung der letzten Jahre**

### **Erfolge/Umgesetzte Maßnahmen**

- aktive Auseinandersetzung der Stadt Lübben mit den Trends, die heute zum Alltag gehören
- Erstellung des integrierten Fuß- und Radwegekonzeptes „Lübben Barrierefrei“. Ziel des Konzeptes: alltägliche, schulische sowie touristische Wegebeziehungen sicher und barrierefrei ordnen; Weiterentwicklung des gesamtstädtischen Netzes für die unterschiedlichen Verkehrsteilnehmer wie auch Benutzergruppen vor dem Hintergrund der Barrierefreiheit
- Erstellung eines Klimaschutzkonzeptes im Jahr 2013, dass seit 2014 implementiert wird und 2024 aktualisiert werden soll
- Schaffung einer Personalstelle des Klimamanagers

### **Bedarfe/Potenziale**

- Berücksichtigung der Online-Buchbarkeit von Angeboten (bisher nur für Unterkünfte möglich)

### 3.2 Entwicklung der touristischen Nachfrageanalyse

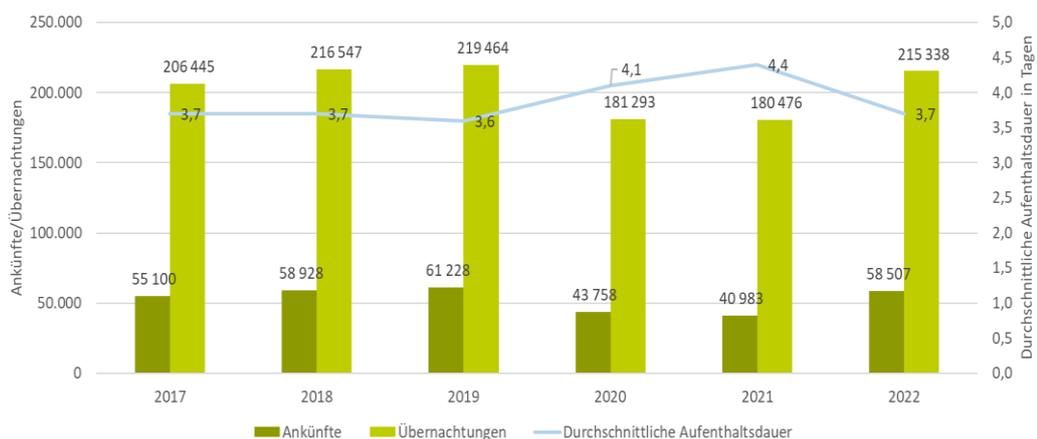
Die Daten zur touristischen Nachfrageanalyse für Lübben (Spreewald)/Lubin (Blota) sind nur bedingt aussagekräftig, da die Statistiken des Landesamtes nur Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Betten erfassen sowie Campingplätze mit aufführen. Neben den größeren Beherbergungsbetrieben gibt es auch viele kleine Ferienwohnungen bzw. Ferienhäuser, die somit nicht in der Statistik berücksichtigt werden.

Die Entwicklung der Gästekünfte, Übernachtungen sowie der Aufenthaltsdauer in Lübben kann der folgenden Abbildung entnommen werden. Berücksichtigt sind hier folglich alle Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Betten.

Für das Jahr 2022 sind in Lübben **58.507 Ankünfte** und **215.338 Übernachtungen** verzeichnet. Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer beträgt 3,7 Tage**. Grundlage dieser Zahlen bilden **26 Beherbergungsbetriebe mit 922 Betten**, deren **Auslastung bei 56,4 %** liegt.

Bei der touristischen Nachfrage zeigt sich eine moderat schwankende Entwicklung in den Jahren 2017 bis 2022. Leichte Einbrüche gab es in den Jahren 2020 und 2021, was auf die Covid-19-Pandemie und die damit einhergehenden Reisebeschränkungen zurückzuführen ist. Die Aufenthaltsdauer ist in den beiden Jahren auf 4,1 (2020) und 4,4 (2021) Tage angestiegen. Der Einbruch scheint trotzdem relativ gering und kann möglicherweise auf die Kliniken in Lübben zurückgeführt werden, die von den Lockdown-Schließungen nicht betroffen waren oder aber auch ein höheres Gästeaufkommen in den Zeiten ohne Reisebeschränkungen. In 2022 stiegen die Ankünfte und Übernachtungen dann wieder auf das Niveau von 2019 an.

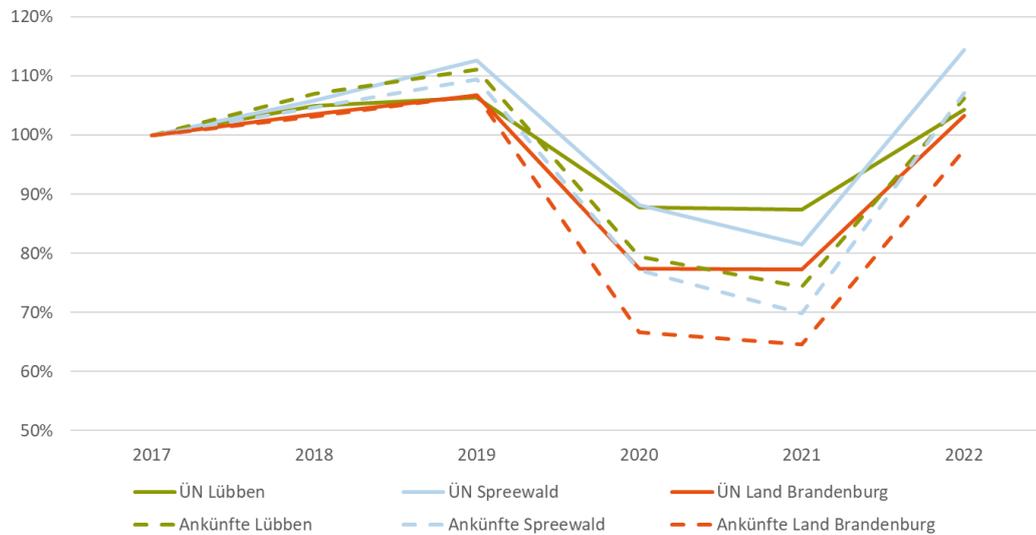
Abb. 12 Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen 2017-2022



© BTE 2023, anhand von Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

Im Vergleich mit dem Bundesland Brandenburg und dem Reisegebiet Spreewald zeigt sich eine recht einheitliche Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen.

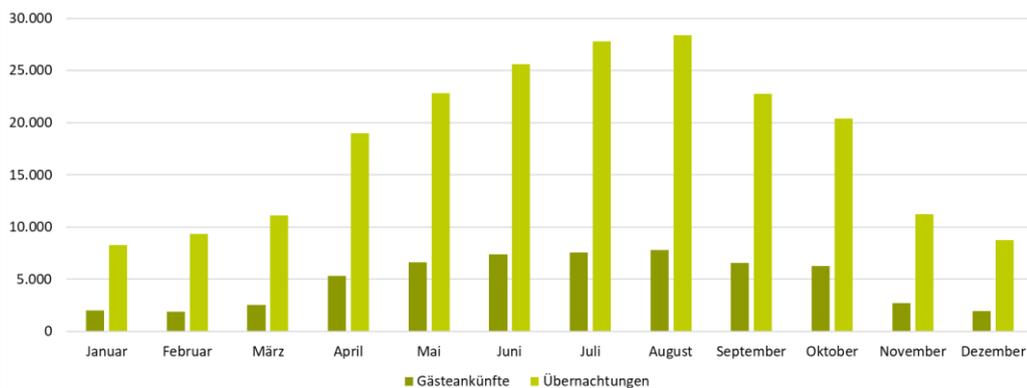
**Abb. 13 Relative Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen (2017-2022)**



© BTE 2023, anhand von Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

Die touristische Nachfrage zeigt in 2022 eine Konzentration auf die Monate April bis Oktober mit den höchsten Gästeankünften und -übernachtungen in den Sommermonaten Juli und August, was auf die Sommerferienmonate zurückzuführen ist. Aber auch in den Wintermonaten erzielt Lübben eine stetige Nachfrage. Dies kann auf die konstante Auslastung der Kliniken zurückzuführen sein, aber auch auf die stärkere Ausrichtung hin zum Wintertourismus.

**Abb. 14 Verteilung der Ankünfte und Übernachtungen auf Monate, Jahr (2022)**



© BTE 2023, anhand von Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

### Privatvermieter mit weniger als 9 Betten

Neben den Übernachtungen in den gewerblichen Betrieben, die statisch erfasst werden, d. h. Betriebe ab 10 Betten, erfolgen weitere Übernachtungen in Unterkünften mit neun und weniger Betten, sowie bei Freunden, Verwandten und Bekannten. 2015 gab es in Lübben rund 700 Betten über Privatvermieter. Aktuelle Nachfragedaten zu den amtlich nicht erfassten Übernachtungen aus der privaten Vermietung, die nicht meldepflichtig sind, liegen nicht vor.

### Tagestouristische Nachfrage

Durch die zentrale Lage im Spreewald, eine breite Angebotskulisse sowie ein hohes Aufkommen an Fahrradtouristen hat der Tagestourismus eine sehr hohe Bedeutung. Im Jahr 2015 verzeichnete der Tagestourismus insgesamt 0,4 Millionen Aufenthaltstage. Im Vergleich zu den Segmenten der gewerblichen Betriebe (0,171 Mio. Aufenthaltstage) und Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten, Privatvermieter (0,073 Mio. Aufenthaltstage) stellt der Tagestourismus das dominierende Segment dar.<sup>8</sup>

#### Entwicklung der letzten Jahre

##### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- steigende Gästeankünfte und -übernachtungen vor 2020; nur leichter Rückgang der Zahlen in 2020 und 2021 und Wiederanstieg der Zahlen in 2022 auf das Niveau von 2019
- relative Entwicklung der Zahlen recht einheitlich mit den Zahlen im Spreewald und Brandenburg
- Ganzjahrestourismus mit Fokus auf die Sommermonate

##### Bedarfe/Potenziale

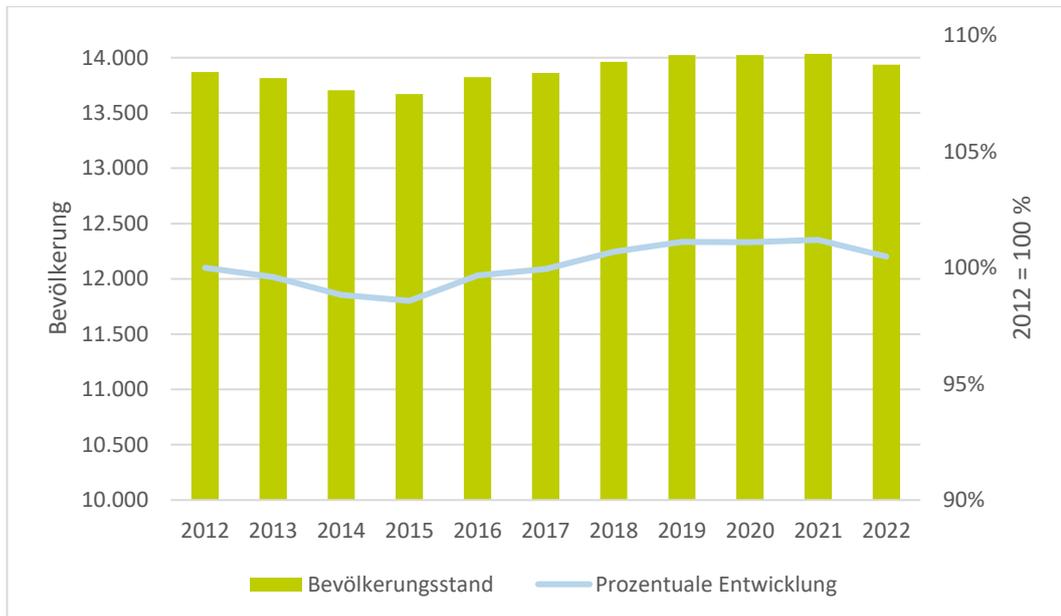
- Fortführung der Aktivitäten zur Saisonverlängerung

### 3.3 Bevölkerungsentwicklung

Die Bevölkerungsentwicklung der letzten Jahre weist nur geringfügige Veränderungen auf. Trotz des leichten Bevölkerungsrückgangs in den Jahren 2014, 2015 und 2022 macht die prozentuale Entwicklung deutlich, dass es kaum nennenswerte Veränderungen in der Bevölkerungsentwicklung in Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) gegeben hat. Die Veränderungen variieren minimal und deuten auf eine konstante natürliche Bevölkerungsbewegung (Geburten- und Sterberate) hin. Über das Jahr 2015 gab es verhältnismäßig mehr Zuwanderungen über die Gemeindegrenzen nach Lübben, weshalb 2016 eine deutliche Erhöhung des Bevölkerungsstands zu erkennen ist. Mit der Nähe zu Berlin kann Lübben ebenfalls als „Stadt der zweiten Reihe“ bezeichnet werden, was möglicherweise eine Begründung für die Zuwanderung darstellt. Im INSEK 2030 wurden drei Szenarien festgehalten, die alle darauf hindeuten, dass die Stadt ihre Einwohner bis 2030 stabil hält und nur ein moderates Maß an Einwohnern gewinnt.

<sup>8</sup> dwif (2017): Freizeit- und Erholungsstandort Lübben 2026: Neue Strukturen, Angebote, Impulse - Organisations- und Entwicklungskonzept

**Abb. 15 Bevölkerungsentwicklung in Lübben (Spreewald)/Lubin (Blota) 2012 - 2022**



Quelle: BTE 2023, anhand von Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg

### Bürgerbeteiligung

Zur Stärkung des Miteinanders und einer guten Lebensqualität setzt die Stadtverwaltung auf Bürgerbeteiligung, die sich in den letzten Jahren weiter intensiviert hat. Zur Förderung der Beteiligung wurde die Plattform FUTURLAB geschaffen. Unter dieser Marke sammeln sich analoge und digitale Beteiligungsformate: Gesprächsangebote, Aufrufe, Vorträge, Workshops, Panels. Ziel ist es, Informationen zu vermitteln, Diskussion anzuregen, Mitbestimmung zu fördern und kreativen Ideenfindungsprozesse für die Gestaltung der Stadt zu ermöglichen.<sup>9</sup> So gab es bspw. Bürgerbeteiligung bei: Neubau des Spielplatzes Parkstraße, Straßennamenvergabe am Bildungscampus (neue Kita), BIZ (Bürgerinformationszentrum), energetische Sanierung. Unter dem Motto JubeLN (Jugend.bewegt.Lübben.) können sich auch Kinder und Jugendliche aktiv einbringen.

#### Entwicklung der letzten Jahre

##### Erfolge/Ungesetzte Maßnahmen

- natürliche Schwankungen in Bevölkerungszahlen
- stärkere Bürgerbeteiligung durch Stadtverwaltung (FuturLab)

##### Bedarfe/Potenziale

- Fachkräftebindung und -gewinnung; attraktive Rahmenbedingungen für Erwerbstätige und Fachkräfte schaffen (attraktives und innovatives Kultur-, Tourismus-, Wirtschafts- und Arbeitsplatzklima)

<sup>9</sup> <https://www.luebben.de/stadt-luebben/de/mein-luebben/futurlab-beteiligung/>

- Sicherung der Daseinsvorsorge; Gewinnung neuer Einwohner (Rückkehrer → bereits Bestandteil der Personalmarketingkampagne #lÜbbenverbindet), Ausbau aller Aspekte einer guten Lebensqualität; Förderung von Familien, Angebote für ältere Menschen

## 4 Zusammenfassende Bewertung

### 4.1 Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken

Auf Grundlage der Ergebnisse der Status-quo Analyse sowie Input aus dem Fokusgespräch und der Maßnahmenwerkstatt wurde die SWOT für die Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) abgeleitet.

Abb. 16 SWOT Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)

Stärken	Schwächen
<b>Lage, Landschaft, Klima</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ landschaftlich bevorzugte Lage mitten im Spreewald (UNESCO-Biosphärenreservat)</li> <li>■ Auen- und Moorlandschaft mit überregionaler Bedeutung</li> <li>■ vielfältige Tier- und Pflanzenwelt</li> <li>■ Lübben ist die Stadt der kurzen Wege (innerorts und im Naturraum)</li> <li>■ Arbeit seit 2014 auf Grundlage des Kommunalen Klimaschutzkonzeptes für Lübben und Bekenntnis zum Pariser Abkommen</li> <li>■ Personalstelle Klimaschutzmanager in der Verwaltung verankert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ keine Stadterweiterung bzw. begrenzte Stadtentwicklung möglich, durch die Lage der Stadt im Biosphärenreservat &amp; im Niederungsgebiet der Spree</li> <li>■ gering genutztes Potenzial erneuerbarer Energien (Photovoltaikanlagen auf kommunalen Gebäuden)</li> </ul>
<b>Ortsbild &amp; Aufenthaltsqualität</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ attraktives Ortsbild und sehr gute Aufenthaltsqualität (attraktiver Marktplatz, Stadthain...)</li> <li>■ es gibt viele naturbelassene Freiflächen (Stadthain als Naturschutzgebiet, Grünfläche der Schlossinsel)</li> <li>■ es gibt mehrere Flüsse und zahlreiche Fließe, welche die Stadt Lübben durchziehen</li> <li>■ Umsetzung zahlreicher Verkehrsmaßnahmen zur Verbesserung der Luftqualität und Verkehrsberuhigung</li> <li>■ sauberes Stadtbild</li> <li>■ Stadt am Wasser und Wasser in der Stadt</li> <li>■ bereits Infrastrukturen für E-Mobilität gegeben</li> <li>■ digitale Informationsstelen an drei zentralen Orten (Bahnhof, Marktplatz, TI)</li> <li>■ Qualitätsstadt (Q-Stadt)</li> <li>■ Lübben ist Schul-, Verwaltungs- und Gesundheitsstandort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ einheitliches und konsequentes touristisches Leitsystem für Autofahrer, Radfahrer und Wanderer sowie vielseitiges Informationssystem</li> <li>■ noch geringe Erlebbarkeit der Innenstadt</li> <li>■ Mangel an öffentliche Toiletten</li> <li>■ Lärmauswirkungen durch zwei Bundesstraßen im Stadtgebiet und dadurch teils verminderte Luftqualität</li> <li>■ teils hohes Verkehrsaufkommen, gestörter städtischer Verkehrsfluss</li> </ul>
<b>Einzelhandel</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ mehr als 150 Geschäfte und Gaststätten</li> <li>■ attraktive Innenstadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ keine großen Magnetbetriebe</li> <li>■ kein aktuelles Einzelhandelskonzept</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Belebung und Förderung des Einzelhandels durch attraktive Veranstaltungen in der Innenstadt</li> <li>■ Wochenmarkt mit regionalen Produkten</li> <li>■ Wahrnehmung der Lübbener Innenstadt als touristischer und Freizeit-Ort (Befragung Vitale Innenstädte 2018)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Konzentration auf den Marktplatz</li> </ul>
<b>Verkehrsverbindung &amp; Mobilität</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ gute Erreichbarkeit von Lübben per Bahn, Bus und Straße</li> <li>■ Bahnanbindung mit hoher Taktung</li> <li>■ zahlreiche Parkmöglichkeiten</li> <li>■ Parkplätze für Elektroautos &amp; öffentlich zugängliche Ladesäulen</li> <li>■ Wohnmobilstellplätze</li> <li>■ 1000 km Rad- und Wanderwegenetz durch den Spreewald</li> <li>■ integriertes Fuß- und Radwegenetz für barrierefreie Entwicklung der Stadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ hohes innerstädtisches Verkehrsaufkommen durch Kreuzung der zwei Bundesstraßen, dadurch auch Lärmauswirkungen und teils verminderte Luftqualität</li> <li>■ Herausforderungen bei der touristischen Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs (wie in vielen brandenburgischen Gebieten im ländlichen Raum)</li> <li>■ fehlende Möglichkeit des Fahrradtransports in örtlichen Bussen</li> <li>■ wenig Fußgängerwege</li> <li>■ außerorts wenige Radwege (zum Teil besser als innerorts)</li> <li>■ keine Stadtlinie (Bus)</li> </ul>
<b>Beherbergung &amp; Gastronomie</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ differenziertes und qualifiziertes Beherbergungsangebot zur Ansprache verschiedener Zielgruppen</li> <li>■ Bezug von regionalen Produkten möglich</li> <li>■ grundsätzlich ausreichendes gastronomisches Angebot für Gäste (Vielfalt)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ dennoch zu wenige Gastronomiebetriebe</li> <li>■ kleinteilige Bettenstruktur</li> </ul>
<b>Natur-, Aktiv-, Kultur- &amp; Freizeitangebot</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ gut ausgebaute und vernetzte Wegenetze (individuelle Tourengestaltung für jedes Alter und Fitnesslevel)</li> <li>■ überregionale Fernradwege verlaufen durch Lübben, Kennzeichnung der Routen nach Knotenpunktwegweisung (einfache Planung der Routen möglich)</li> <li>■ gutes und breites Freizeitangebot für Einheimische und Touristen</li> <li>■ viele kulturhistorische Anknüpfungspunkte (Sorben und Wenden, Paul Gerhardt, Fontane)</li> <li>■ weitere Entwicklung der touristischen Angebote in den letzten Jahren, z. B. Verbesserung der Wege, Ausbau Routen und Veranstaltungen, Kletterwald</li> <li>■ Naturbadestellen auf der SpreeLagune und in Steinkirchen (Jägerbadestelle)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ noch zu geringe Möglichkeiten des (E-)Bike-Verleih, Abstellmöglichkeiten und Ladestationen</li> <li>■ Herrenhaus Neuhaus wird nicht viel genutzt (Auslastung), bisher ohne Konzept</li> <li>■ geringe Anzahl an Schlechtwetterangebote (Indoor-Möglichkeiten)</li> <li>■ wenige Angebote bisher für Kinder</li> <li>■ wenig Abendangebote</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>■ weitere Bademöglichkeiten in unmittelbarer Nähe (Spreewelten-Bad und Hallenbad Delphin in Lübbenau, Freibad in Luckau, Spreewaldtherme in Burg, Badesee Briesensee)</li> <li>■ ergänzendes Freizeitangebot durch zwei Kinos im Ort</li> <li>■ innerstädtische Kahnrundfahrt möglich</li> <li>■ Familiensommer durch entsprechende Angebote</li> <li>■ zahlreiche Wasserwanderangebote</li> <li>■ wassertouristisches Leitsystem umgesetzt aus dem Masterplan „Naturverträglicher Wassertourismus Spreewald“</li> </ul>	
<b>Gesundheitsangebote &amp; Wellness</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bademöglichkeiten mit Wellnessangeboten in unmittelbarer Nähe (Spreewelten-Bad in Lübbenau, Spreewaldtherme in Burg)</li> <li>■ Nähe zu Gesundheitseinrichtungen, bspw. Reha-Klinik</li> <li>■ Medizinisches Versorgungszentrum in Lübben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ausbaupotenzial gesundheits- und wellnessorientierter Angebote (für touristische Gäste)</li> <li>■ Wellnessangebote begrenzt auf private Anbieter (Unterkunftsbetriebe)</li> <li>■ geringe Angebotskulisse für „Touristischer“ Gesundheitsstandort</li> </ul>
<b>Tourismusmarketing, Organisation &amp; Kooperation</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ professionelle TI mit umfassendem Angebot: Gästeservice vor Ort auf der Schlossinsel; Zertifizierung mit der „i-Marke“ (Roten I) und der ServiceQualität Deutschland</li> <li>■ Einrichtung von drei Informationsstelen (Bahnhof, Marktplatz, TI)</li> <li>■ sehr gutes/r Marketing und Service für Lübben <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ einheitliches Corporate Design bei Broschüren, Flyern, Website</li> <li>▪ besucherfreundliche Website mit zahlreichen Informationen zum Ort, Angeboten</li> <li>▪ Tourenvorschläge auf der Website der Stadt</li> <li>▪ Buchungsplattform für Unterkünfte in die Website integriert</li> <li>▪ Einsatz von Social-Media (Facebook, Instagram)</li> </ul> </li> <li>■ Lübben trägt das Siegel „Gastfreundschaft mit Verantwortung in Brandenburg“ und ist ServiceQ-Stadt</li> <li>■ regelmäßiger Stammtisch mit Akteuren aus dem Gastgewerbe, Kahn und Stadtführern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ keine Entwicklung attraktiver buchbarer Erlebnispakete (bspw. Unterkunft und Wellness mit Partnern)</li> <li>■ keine online-Buchbarkeit von Angeboten über die Lübben Website möglich</li> <li>■ Bedarfe in der Kommunikation mit Akteuren (insb. Kahnanbietern) &amp; Zusammenarbeit mit ÖPNV</li> <li>■ keine klare Aufgabenteilung und Zuständigkeiten der Tourismusakteure (Verwaltung, TKS, Tourismusverein)</li> </ul>
<b>Querschnittsthemen: Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit, Digitalisierung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bewusstsein für Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit, Umsetzung verschiedener Aktivitäten der Stadt</li> <li>■ Umsetzung erster Maßnahmen im Bereich Digitalisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lübben Website nicht barrierefrei (bspw. leichte Sprache, Vorlesefunktion)</li> </ul>

touristische Nachfrage	
<ul style="list-style-type: none"> <li>steigende Gästeankünfte- und Übernachtungen vor 2020, nur leichter Rückgang in der Corona-Pandemie</li> <li>relative Entwicklung der Zahlen: relativ einheitlich mit den Zahlen im Spreewald und Brandenburg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>noch relativ niedrige Zahlen in den Wintermonaten</li> <li>Saisonalität: Konzentration der Gästeankünfte auf die Sommermonate erkennbar</li> </ul>
Bevölkerungsentwicklung	
<ul style="list-style-type: none"> <li>konstante natürliche Bevölkerungsbewegung (Geburten- und Sterberate)</li> <li>wieder stärkere Bürgerbeteiligung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>steigende Bedeutung innerdeutscher Reisen</li> <li>verändertes Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten schafft neue Möglichkeiten in der Belebung von Geschichte und Gegenwart</li> <li>Gesundheitstrend: Lübben-spezifisch → Potenzial Reha-Tourismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auswirkung des Klimawandels auf die natürlichen Grundlagen</li> <li>Fachkräftemangel im HoGa-Bereich, Herausforderungen bei Nachfolgeregelungen</li> <li>verändertes Mediennutzungsverhalten schafft neue Herausforderungen (Echtzeitinformationen, Social-Media...)</li> <li>steigende Qualitätsansprüche und Erwartungen der Gäste an das Angebot (Infrastruktur, Mobilität, Gastronomie, Beherbergung) bedürfen eine kontinuierliche Qualitätsentwicklung der Betriebe</li> </ul>

Ableitend aus der SWOT lassen sich folgende übergreifende Potenziale sowie Herausforderungen und daraus entstehende erste Bedarfe ableiten.

### Übergreifende Potenziale

- Lübben ist die Stadt zwischen Unterspreewald und Oberspreewald, was ein Alleinstellungsmerkmal darstellt. Durch die Lage im Biosphärenreservat Spreewald mit einer besonderen naturräumlichen Ausstattung kann der Nachfrage nach Erholung, Gesundheit und Natur besonders nachgekommen werden. Auch die zentrale Lage sowie die gute Erreichbarkeit sind deutlich auf der Haben-Seite der Stadt. Dafür sollen die touristische Infrastruktur sowie Angebote qualitativ und quantitativ weiterentwickelt werden mit Fokus auf die identifizierten Zielgruppen sowie Nachhaltigkeit.
- Lübben bietet ergänzend städtisches Flair mit Geschichte mitten im UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald. Gerade die Themen Kultur und Veranstaltungen spielen eine wichtige Rolle und sollten als Ergänzungsthema weiter gesichert und gestärkt werden. In Lübben lässt sich so eine erholsame Zeit für die gesamte Familie erleben. Hierfür braucht es attraktive Familienangebote.
- Die Entwicklung hin in Richtung Ausbau des Wintertourismus zeigt, dass Bedarf ist und im Winter kein schlagartiger Einbruch der Gästezahlen erfolgt. Zur weiteren

Saisonverlängerung sollten die Kultur-, (Indoor-)Gesundheits- sowie Aktivpotenziale in Wert gesetzt und weiterentwickelt werden.

- Die Gästezahlen sind in den Jahren 2020 und 2021 nur gering zurückgegangen und haben sich in 2022 wieder an das Niveau von 2019 angenähert. Auch die Tagesgäste haben einen hohen Stellenwert. Dennoch liegen Wachstumspotenziale insbesondere in der Vor- und Nachsaison, aber auch in der Hauptsaison. Dafür braucht es qualitative, zielgruppenspezifische Angebote.

### **Übergreifende Herausforderungen und daraus entstehende erste Bedarfe**

- Qualitatives „Mithalten“ mit anderen Kur- und Erholungsorten und Erfüllung der steigenden Zielgruppenansprüche und -erwartungen im Hinblick auf Qualität, Digitalisierung, Erlebnis
- Ausbau der Wegeinfrastruktur sowie weitere Umsetzung der Maßnahmen zur langfristigen Verkehrsberuhigung in der Stadt
- Ausbau der Infrastruktur für Freizeit, Sport und Erholung für verschiedene Anspruchsgruppen (Gäste, Einheimische, Familien, Jugendliche)
- Verstärkung der touristischen Zusammenarbeit durch verschiedene Akteursgruppen und Vertiefung lokaler wie auch regionaler Kooperationen → Vernetzung der Akteure und Stärkung des Miteinanders
- Ausbau des bestehenden Beherbergungsangebotes sowie Neuansiedlung eines Beherbergungsbetriebes → Ansiedlung eines neuen (großen) Hotelbetriebes, der leistungsfähiger ist und langfristig zum Erfolg der Destination beiträgt

## 4.2 Anforderungen zur Prädikatisierung als Erholungsort

Legende: *erfüllt*, *teilweise erfüllt*, *deutlicher Verbesserungsbedarf*

Abb. 17 Stand und Erfüllung der Anforderungen nach § 2 Abs.1, Nr. 1 bis 8 BbgKOG

§ 2 Abs. 1	Bemerkung	Fazit
Nr. 1 – erholungsortentsprechender Ortscharakter, Ortsgestaltung muss sich durch besondere Berücksichtigung des Schutzes der Gesundheit und der Umwelt auszeichnen, Berücksichtigung des landschaftsgebundenen Bauens und des Landschaftsbildes	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lage im Biosphärenreservat Spreewald</li> <li>■ Tor zum oberen und unteren Spreewald</li> <li>■ Lübbener Stadtwald Hain</li> <li>■ historischer Stadtkern mit Stadtmauer</li> <li>■ Schlossinsel-Areal lädt zum Erholen ein</li> <li>■ einheitlich angepasst Bebauungshöhe</li> <li>■ instandgehaltene Gebäudefassaden mit begrünten Plätzen</li> <li>■ gepflegtes Straßenpflaster</li> </ul>	
Nr. 2 – Erholungswert des Ortes darf durch Belastung des Bodens o. des Wassers, durch Schadstoffe, Lärm- oder Geruchseinwirkungen sowie durch optische Beeinträchtigungen nicht behindert werden	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ allgemeine Bedingungen der Ver- und Entsorgung (Wasser, Abwasser, Abfall etc.) im Ortsgebiet sind ordnungsgemäß</li> </ul>	
Nr. 3 – Durchführung der Verkehrsberuhigung nach anerkanntem Stand und Technik (Minderung von Stärke und Geschwindigkeit)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 30-Zonen in der Innenstadt</li> <li>■ B115 und B87 verlaufen durch die Innenstadt &amp; an einem Kreisverkehr zusammen → Lärmbelästigung</li> <li>■ LKW-Führung aus der Innenstadt</li> <li>■ Ausbau der Parksituation erfolgt</li> <li>■ Erfolgreich abgeschlossene Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung, bspw. grundhafte Sanierung der Bundesstraße B87/Ernst-von-Houwald-Damm</li> <li>■ Erarbeitung des Integrierte Fuß- und Radwegekonzept – Lübben barrierefrei, um die alltäglichen und touristischen Wegebeziehungen zu strukturieren</li> </ul>	
Nr. 4 – Einrichtungen (Artspezifisch, öffentlich, Gaststätten, Beherbergung) müssen Qualitätsstandards, wissenschaftliche/technische	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bewertung der Unterkünfte auf den Online-Portalen überwiegend gut bis hervorragend</li> <li>■ Qualitätsstandards werden eingehalten, viele Hotels sind mit ServiceQ oder von der DEHOGA zertifiziert/klassifiziert</li> <li>■ Barrierefreiheit der Unterkünfte ist</li> </ul>	

Standards und Barrierefreiheitsanforderungen einhalten und Qualitätsmanagement betreiben	<p>ausbaufähig (nur wenige sind behindertenfreundlich)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ barrierefreie Angebote (WC, Badestelle, Parkplätze, Zugang zur Tourist-Information, ausgewählte Unterkünfte etc.) sind teilweise umfassend, teilweise in Grundsätzen gegeben</li> </ul>	
Nr. 5 – ausreichend gesundheitsorientierte Angebote im Gastgewerbe	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ breites Angebot an regional Spreewälder Küche, Gastronomiebetriebe setzen auf regionale Produkte</li> <li>■ Angebote an vegetarischer und veganer Kost ausbaufähig</li> <li>■ weiteres Entwicklungspotenzial in der Zielgruppenorientierung</li> <li>■ Wellnessangebote in einzelnen Unternehmungen</li> <li>■ ausgewählte Unternehmungen mit Allergikerzimmern</li> </ul>	
<p>Nr. 6 – Nachweis einer qualifizierten Touristeninformationsstelle</p> <p>a) erkennbare Beschilderung der Touristeninformationsstelle</p> <p>b) bedarfsgerechte Öffnungszeiten, Grundinformationen über Ort und Region stehen kostenlos und digital zur Verfügung</p> <p>c) öffentliche Toilette in max. 100 Meter Entfernung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ a) weiße Beschilderung mit „Touristinformation“ und „roter i-Marke“, auf Schlossinsel Lübben Fahne „rote i-Marke“</li> <li>■ b) Prospekte können Online und kostenfrei über den Prospektservice unter <a href="http://www.luebben.e/tourismus">www.luebben.e/tourismus</a> abgerufen werden; das Gastgeberverzeichnis kann unter <a href="http://www.spree-wald.de">www.spree-wald.de</a> abgerufen werden; zielgruppengerechte Öffnungszeiten, 3 digitale Infostelen im Stadtgebiet</li> <li>■ c) WC 4   Touristisches Zentrum   ganzjährig   10:00 – 22:00   kostenlos &gt; beheizt</li> </ul>	a), b), c) 
Nr. 7 – Angebote für Sport, Freizeit und Kultur entsprechen den Bedürfnissen der Gäste	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Wege zum Radfahren und Wandern</li> <li>■ kulturelle Angebote zu dem Kirchenliederdichter Paul Gerhardt</li> <li>■ Lübbener Familienstadtrallye</li> <li>■ Schlechtwetterangebote teils vorhanden</li> <li>■ vgl. Kapitel Natur-, Aktiv-, Kultur- und Freizeitangebote</li> </ul>	
Nr. 8 – Vorhandensein von mindestens 100 Betten in Beherbergungseinrichtungen; Qualitätsnachweis mittels entsprechender Qualitäts- und Klassifizierungsmaßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2022: 922 Betten in gewerblichen Beherbergungsbetrieben</li> <li>■ viele Betriebe mit einer offiziellen Qualitäts- oder Klassifizierungskennzeichnung von DEHOGA und DTV</li> </ul>	

Abb. 18 Erfüllung der Anforderungen der Artbezeichnungen gemäß § 9

§ 9	Bemerkung	Fazit
Nr. 1 – landschaftlich bevorzugte und klimatisch begünstigte Lage	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ umgeben oder inmitten von zahlreichen Naturlandschaften: Biosphärenreservat Spreewald, Naturschutzgebiete FFH- und Vogelschutzgebiet, im Umfeld: Naturparks Niederlausitzer Landrücken und Dahme-Heideseen</li> <li>■ naturnahe Auenlandschaften und Talsandflächen mit großen Kieferwäldern</li> <li>■ klimatische Bedingungen: warm und gemäßigt, ganzjährig humid</li> <li>■ wasserreiche Umgebung: die Spree, die Berste, der Burg-Lübbener Kanal und der Rote Nil</li> </ul>	
Nr. 2 – geeignete Erholungseinrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aktivangebote auf dem Land und Wasser</li> <li>■ Wegenetze für Aktivitäten wie Radfahren und Wassersport</li> <li>■ verschiedene kulturelle Einrichtungen und Angebote (Schloss Museum Lübben, Paul-Gerhardt-Zentrum/Kirche usw.)</li> </ul>	
Nr. 3 – gekennzeichnete Rad- und Wanderwege	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Wandern – Wegekennzeichnung: überwiegend blauer vollflächiger Kreis auf weißem Grund &amp; unterschiedliche Logos/Wanderzeichen wie z. B. des Paul-Gerhardt-Wegs</li> <li>■ Radfahren – Radwegenetz nach der Knotenpunktwegweisung ausgeschildert &amp; unterschiedliche Logos/Wanderzeichen wie z. B. roter Brandenburger Adler auf weißem Grund</li> </ul>	
Nr. 4 – Freiflächen für Sport, Spiel, Freizeit und Erholung	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Spielplätze in der Kernstadt, auf der Schlossinsel und Wasserspielplatz</li> <li>■ Gesundheitsstudio Lutter, Yogastudios</li> <li>■ Schlossinsel und Stadtwald Hain als Erholungsmöglichkeit</li> <li>■ Strandbereich der SpreeLagune und der Jägernaturbadestelle</li> </ul>	
Nr. 5 – Frei- oder Hallenbad in angemessener Entfernung	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Strandbereich SpreeLagune; Briesensee</li> <li>■ Hallenbad Delphin und Spreewelten-Bad mit Saunadorf in Lübbenau (11 km Entfernung)</li> <li>■ Spreewaldtherme (in Burg 30 km Entfernung)</li> <li>■ Freibad (Luckau)</li> </ul>	
Nr. 6 – gesundheitsförderliche Angebote, die für alle Gäste zugänglich sind	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Angebote im Spreewelten-Bad mit Saunadorf in Lübbenau und Spreewaldtherme (in Burg 30 km Entfernung)</li> <li>■ Wasseraktivangebote vorhanden</li> <li>■ Wellnessangebote im STRANDHAUS SPA</li> <li>■ es besteht Handlungsbedarf</li> </ul>	

## 5 Strategie

Die konzeptionelle Grundlage bildet die Tourismusstrategie, die im Jahr 2017 im Rahmen des Organisations- und Entwicklungskonzeptes Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) partizipativ erstellt und 2020 evaluiert wurde. Die darin entwickelte Vision und die Ziele wurden in der vorliegenden Erholungsortentwicklungskonzeption fortgeschrieben und aktualisiert. Dabei wurden neben den Impulsen der lokalen Akteure auch weitere Strategiepapiere berücksichtigt (siehe nachfolgender Exkurs). In den folgenden Kapiteln werden die wichtigsten Grundpfeiler der Strategie zusammengefasst.

### 5.1 Touristische Vision

Die touristische Vision beschreibt allgemein das Wunschbild von einem zu erreichenden Soll-Zustand in der Zukunft. Es dient als Rahmen für die künftige touristische (Weiter-)Entwicklung und soll das Handeln der öffentlichen und privaten touristischen Akteure in den kommenden Jahren prägen. Die Vision fasst das touristische Selbstverständnis zusammen und stellt die zukunftsorientierte, langfristige Entwicklungsrichtung dar. Zielstellungen konkretisieren die Vision und machen sie greifbar.

#### **Exkurs: Bestehende Leitbilder und Zielstellungen im Spreewald und Lübben**

##### **Zukunftsstrategie Spreewald 2030**

Als wesentliche Zukunftsthemen des Tourismusverbandes Spreewald wurden Digitalisierung, Fachkräftegewinnung, Mobilität, Marketing on-/offline, Qualität, Nachhaltigkeit, Produktinnovation identifiziert.

Gemeinsam wird beabsichtigt Folgendes zu erreichen: „Die beeindruckende Natur- und Kulturlandschaft Spreewald und das einzigartige kulturelle (Selbst-)Bewusstsein der Spreewälder, verbunden mit der hohen Qualität touristischer und gastronomischer Angebote, sind authentische Werte, die der Tourismusverband Spreewald noch stärker im touristischen Marketing in den Vordergrund stellen wird.“ + „Der Spreewald soll nachhaltig für Gäste, aber auch für Fachkräfte, als Kultur- und Genussregion wahrgenommen werden, die es zu entdecken, zu erleben und nicht zuletzt als Lebens- und Wirkungsstandort zu wählen gilt.“

##### **Strategie Lübben (Spreewald) 2030, Integriertes Stadtentwicklungskonzept (INSEK)**

Das Leitbild der Stadt Lübben (Spreewald) für die übergreifende Stadtentwicklung (Stand 2018) baute auf das damalige touristische Leitbild auf. „Lübben: mitten im Spreewald“ wurde um folgende Attribute ergänzt: > bestens versorgt > bestens erreichbar > Raum zum Entfalten und Erholen > zentral, grün und erholsam > mitten in der Landschaft, der Natur > offen und willkommen > mitreden und mitgestalten.

Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept sind strategische Leitlinien und Entwicklungsziele der gesamten Stadtentwicklung formuliert. Die elf strategischen Leitlinien sind mit einer Vielzahl an Zielen untersetzt. Sie formulieren den „Zielzustand“, den Lübben 2030 erreicht haben will. Folgende Leitlinien wurden sich gesetzt:

- Lübben ist Lebensmittelpunkt (lebendiger Wohn- und Arbeitsort, attraktives Stadtzentrum, verknüpfte Wegenetze).
- Lübben ist Bildungszentrum (Bildungsangebote, Kinder- und Familienfreundlichkeit).
- Lübben ist nachhaltig (Energieeinsparung/-effizienz, nachhaltige Entwicklung).
- Lübben ist solidarisch (inklusive Stadt, sozialer Zusammenhalt, Stadt und Ortsteile).
- Lübben ist engagiert (Stadt miteinander gestalten).
- Lübben ist Kreisstadt (Kooperation, Daseinsvorsorge für die Region).
- Lübben ist Kunst, Kultur und Tourismus (starkes Zentrum im Spreewald, insb. touristische Infrastruktur, Kunst und Kultur, Vernetzung, Infrastruktur für Sport-, Freizeit- und Naherholung).
- Lübben ist Wirtschaftszentrum (Fachkräfte, Einzelhandel, Raum für Entwicklung).
- Lübben ist mobil (gut erreichbar, verknüpfte Wegenetze, nachhaltig unterwegs).
- Lübben ist bestens bekannt (pfiffiges Stadtmarketing, hoher Bekanntheitsgrad, positives Image, Botschafter).
- Lübben ist solide aufgestellt (solide Haushaltsführung, gut gerüstet, zukunftsfeste Verwaltungsstruktur).

### Markenprozess 2019/2020

Im Zuge der Markenaktualisierung erfolgte eine Definition der Markenidentität für Lübben. Sie dient als Richtschnur für die Entwicklung und Umsetzung der Corporate Identity. Sie beschreibt in wenigen Worten die Kernbotschaften der Marke der Stadt Lübben nach innen und außen.

- Im Ergebnis lässt sich der Markenkern bzw. die Alleinstellung auf „Lübben. Die Stadt im Spreewald“ fokussieren. Diese Kernaussage findet sich im Claim und in der Wortmarke des Logos wieder.
- Die zentralen Werte für Lübben bewegen sich in dem Spannungsfeld zwischen lebendig und entspannt sowie nachhaltig und initiativ. Hierbei deckt der Begriff „nachhaltig“ auch alle sozialen, kulturellen, ökologischen und ökonomischen Aspekte einer lebenswerten Stadt ab.
- Bezüglich der Stilmerkmale schlägt sich die Alleinstellung und das Spannungsfeld der Markenwerte in den folgenden Attributen nieder: (1) natürlich-grün (im Sinne von naturnah, erholsam, umweltbewusst), (2) städtisch-modern und bürgernah aber auch verwurzelt mit einer traditionsreichen Geschichte, (3) geradlinig und dynamisch (als Ausdruck einer lebenswerten modernen Stadt, unaufgeregt und kreativ, mit einer positiven zukunftsgerichteten Entwicklungsperspektive).

### Touristische Vision für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)

Die touristische Vision für Lübben (Spreewald) wird anhand von vier Leitlinien als rahmengebende Säulen veranschaulicht. Das macht Lübben aus, dafür steht die Stadt in Zukunft:

Abb. 19 Vision: Leitbild und Leitsätze Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) 2030+

Mitten im UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald sind wir ein attraktiver Erholungs- und Freizeitstandort. Gelegen zwischen Ober- und Unterspreewald, **weit weg von Trubel und Hektik**, kann man bei uns naturnah **aktiv sein, entschleunigen** und die **Gesundheit stärken**. Bei uns lassen sich besondere Natur- und Kulturräume aktiv auf dem Wasser, mit dem Rad oder zu Fuß erleben.

Wir sind eine **beschauliche Stadt** mitten im Spreewald. Wir sind attraktiver Wohn- und Erholungsort, Wirtschafts- und Bildungszentrum, Kultur- und Gesundheitsstandort der Region. Hier verknüpfen sich **modernes Leben** mit einer traditionsreichen Geschichte. Als **kulturelles Zentrum der Region** stehen wir für spannende Kunst- und Kulturangebote, erlebbares Brauchtum und Veranstaltungen für Jung und Alt.



Lübben. Die Stadt im Spreewald.  
Hier verbinden sich Natur und Stadt auf sympathische Art.



Wir profitieren von der Nähe und sehr guten Anbindung an Berlin und sind ein interessantes Ziel für **Tagesreisen und (Kurz-)Urlaube**. Wir sind attraktiv für Jung und Alt und setzen auf besondere **Familienfreundlichkeit**. Unser Handeln richtet sich dabei **gleichermaßen an Touristen und Einheimische**. Lebens- und Aufenthaltsqualitäten denken wir gemeinsam.

Wir wirken aktiv auf eine **nachhaltige Tourismusgestaltung** hin, die nicht auf Masse, sondern Qualität setzt und ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche in Einklang bringt. Als **QualitätsStadt** setzen wir uns dafür ein, dass sich **Qualität und Service** in Lübben (Spreewald) und das Wohlfühlgefühl für die Urlauber, Gäste und Einheimische ständig verbessern.

## 5.2 Entwicklungsziele

Aufbauend auf der gemeinsamen Vision sowie den Erkenntnissen zu den Stärken, aber auch Chancen, wurden die bisherigen Ziele leicht modifiziert. Grundlage sind die sieben Zielvereinbarungen für den Lübben-Tourismus aus dem Organisations- und Entwicklungskonzept Lübben (Spreewald).

Die Entwicklungsziele (weitergeführte Zielvereinbarungen) stehen alle gleichberechtigt nebeneinander, d. h. ihre Reihenfolge ist keine Rangfolge.

- **Ziel 1: Profilieren und positionieren –**

Lübben nutzt die Bekanntheit der Tourismusmarke Spreewald und füllt diese mit Leben. Innerhalb der Region und darüber hinaus erfolgt eine konsequente Profilierung als Erlebnisort aus Symbiose von Natur/Aktiv + Stadt/Kultur + Familienfreundlichkeit. Aktives Naturerlebnis und Erholung im Spreewald, gepaart mit städtischem Flair und Kulturangeboten setzt die Stadt bei der Produktentwicklung und im Marketing ebenso bewusst in Szene, wie besondere Familienangebote und Lagevorteile der guten Anbindung und Nähe zu Berlin.

- **Ziel 2: Tourismus wertschätzen und fördern –**

Der Tourismus wird als Mehrwert für die Region verstanden, wertgeschätzt und unterstützt. Das bedeutet, Lübbens Tourismusakteure und Entscheidungsträger aus Politik und Verwaltung schätzen die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus als Umsatzbringer und Beschäftigungsgarant, seine Strahlkraft auf andere Branchen der Stadt sowie seine positiven Effekte für Einheimische und Gäste. Sie unterstützen touristische Aktivitäten künftig nach allen Kräften.

- **Ziel 3: Ausbauen und professionalisieren –**

Lübben setzt auf einen gezielten Infrastruktur- und Angebotsaufbau in Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe, insbesondere im Hinblick auf Allwetterangebote und Saisonverlängerung sowie in die Entwicklung passfähiger, neuer zielgruppengerechter und innovativer Angebote. Qualitativ hochwertige Freizeit- und Kulturangebote ebenso wie eine sehr gute Aufenthalts-, Angebots- und Erlebnisqualität sind Ziel aller Bemühungen, von denen Einheimische und Gäste profitieren.

- **Ziel 4: Herausforderungen annehmen und sichtbar sein –**

Lübben meistert die Herausforderungen von Digitalisierung (im Marketing und der Prozessgestaltung) und nimmt sich aktuellen Trends und Entwicklungen an. Die Stadt präsentiert ihr touristisches Angebot professionell auf für sie und die Branche wichtigen Marketing-Kanälen. Angebote und Erlebnisse für Übernachtungs-, Tages- und Ausflugsgäste in Lübben und dem Spreewald werden digital sichtbar und buchbar gemacht.

- **Ziel 5: Nachhaltig und qualitätsorientiert agieren –**

Lübben setzt bei der Infrastruktur-, Angebots- und Produktentwicklung im Tourismus konsequent auf Nachhaltigkeit, Qualitätsorientierung, Regionalität sowie Barrierefreiheit. Vorhandene und erfolgreiche Ansätze und Aktivitäten auf kommunaler und/oder regionaler Ebene werden weitergeführt und ausgebaut. Touristische Aktivitäten in Lübben nehmen stets die Belange von Einwohnenden in den Blick, stärken

die Wertschöpfung, schonen die Umwelt und tragen zur Verbesserung von Standort- und Lebensqualität bei.

■ **Ziel 6: Miteinander kommunizieren und kooperieren –**

Alle Akteure in Lübben ziehen an einem Strang und verschreiben sich der gemeinsamen Vision. Sich auf die eigenen Stärken zu besinnen, Planungen und Projekte abzustimmen, nach außen gestärkt als Einheit aufzutreten sowie mehr miteinander und effektiver zusammenzuarbeiten, sind erklärte Ziele. Dafür kooperieren und kommunizieren Politik, Verwaltung, Leistungsträger und weitere Partner und Unternehmen in Lübben miteinander und pflegen eine gute Zusammenarbeit auf lokaler und (über-)regionaler Ebene.

■ **Ziel 7: Effiziente Strukturen stärken –**

Zur gemeinsamen Gestaltung des Tourismus-, Lebens- und Wirtschaftsraumes erfolgt eine klare Aufgabenteilung zwischen allen am Tourismus beteiligten Akteursgruppen, wie der TKS, der Stadt, Interessensgruppen und Vereinen sowie den Leistungsträgern. Darauf aufbauend gewährleistet eine an den zukünftigen Aufgaben orientierte Organisations- und Kooperationsstruktur, inkl. der entsprechenden Ressourcenausstattung der Aufgabenträger, eine effiziente Aufgabenwahrnehmung im Tourismus.

Für die Tourismus- und Freizeitgestaltung soll die TKS als wettbewerbsfähige lokale Tourismusorganisation gesichert und gestärkt werden. Sie ist weiterhin zentrale Ansprechpartnerin, Motivatorin, Impulsgeberin und Netzwerkerin für eine innovative, nachhaltige und professionelle Tourismusentwicklung Lübbens nach innen (Zielgruppen Betriebe und Beschäftigte) und serviceorientierter Dienstleister nach außen (Zielgruppen Besucher und Bevölkerung).

### Qualitative und quantitative Ziele zur Konkretisierung

Wie in der vorangegangenen Konzeption sollen belegbare quantitative und qualitative Ziele helfen, die Umsetzung transparent zu machen. Alle künftigen Maßnahmen zur Gestaltung von Freizeit und Tourismus in Lübben (Spreewald) sollten auf mindestens eines der folgenden Ziele einzahlen:

Qualitative Ziele

- Steigerung der **Bekanntheit** der Stadt Lübben als Freizeit- und Erholungsstandort (*bspw. Beteiligung an Studien wie Destination Brand*)
- Sicherung des touristischen Beitrags zur Steigerung der **Lebens- und Aufenthaltsqualität in Lübben** (*bspw. regelmäßige Befragung der Lübbener Bürgerschaft*)
- Steigerung der **Gästezufriedenheit** (*bspw. Auswertung Daten von Online-Bewertungsportalen über den TrustScore*)
- Erhöhung der **Wettbewerbsfähigkeit** und Professionalisierung der tourismusrelevanten Leistungsträger (*bspw. nachweisbare Beratung/Schulung von Betrieben in Kooperation mit Partnern wie dem Tourismusverband Spreewald, IHK, DEHOGA bspw. Digitalisierung, regionale Produkte, Innovation*)
- Strategische Orientierung für Leistungsträger und Multiplikatoren (*bspw. Durchführung von themen- bzw. branchenspezifischen B2B-Veranstaltungen pro Jahr*)

- Vernetzung **lokaler und regionaler Akteure und Aktivitäten** und gemeinsame Weiterentwicklung des Tourismus (*bspw. konkrete Kooperationsprojekte*)
- Vergrößerung der **Angebotsvielfalt** – zielgruppenorientiert, ganzjährig, erlebnisorientiert, regionalverankert – (*bspw. Anzahl Angebote, Anzahl buchbarer Produkte*)
- Sicherung und Ausbau des Tourismusbewusstseins und der Tourismusakzeptanz vor Ort (*bspw. regelmäßige Befragung der Lübbener Bürgerschaft, Höhe der Zuschüsse des kommunalen Haushaltes für den Tourismus*)
- Sicherung und Förderung der Servicequalität und **Qualität der Infrastruktur und Angebote** (*bspw. Zahl der vergebenen Zertifizierungen und Klassifizierungen (Dehoga, DTV, ServiceQ, Bett+Bike, Reisen für Alle etc.), Auswertung Daten von Online-Bewertungsportalen über den TrustScore, Gästebefragung*)

#### Quantitative Ziele

- Verringerung der Saisonalität, d. h. Steigerung des Anteils der Übernachtungen in den Wintermonaten November bis Februar (*bspw. %-Satz der Übernachtungen an allen Übernachtungen*)
- **Steigerung** der Zahl der **Übernachtungsgäste** und **Stabilisierung der Zahl der Tagesgäste** in Lübben (*bspw. amtliche Statistik, Zugriffszahlen der Homepage, Gästezahlen bei Veranstaltungen und in den Einrichtungen*)
- Verlängerung der **Aufenthaltsdauer** der Gäste (*amtliche Statistik*)
- Erhöhung des **Anteils der Kernzielgruppen** (*bspw. Gästebefragungen*)

Um die Entwicklung der Indikatoren abzulesen, muss eine Nullpunkt-Erhebung stattfinden.

## 5.3 Profilierung

Eine Strategie legt zudem fest, worauf sich die Bemühungen und Aktivitäten der (lokalen) Touristiker in den kommenden Jahren fokussieren sollen. Diese Fokussierung und Konzentration tragen im Ergebnis zu einer Profilierung als ein attraktives Ausflugs- und Reiseziel bei. Nachfolgend werden die Themen für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) dargestellt, diese nehmen Bezug zur regionalen Ebene, dem Spreewald.

#### Exkurs: Blick in den Spreewald

Die Themen und Zielgruppen Lübbens sollten gut unter das „Dach“ des **Spreewaldes**, der übergeordneten DMO, passen. Dies ist vor allem deshalb wichtig, um von der bekannten und sympathischen Marke „Spreewald“ zu profitieren. Zudem ist das überregionale Marketing schwerpunktmäßig Aufgabe der regionalen Tourismusorganisationen. Der Spreewald richtet seine Aktivitäten darauf aus, als Kultur.Genuss.Region wahrgenommen zu werden. Übergreifende Spreewaldthemen sind Aktivitäten (inkl. *Natur und Biosphärenreservat, Aktivangebote* [Kahnfahren, Paddeln, Wandern, Radeln], Geschäftsreiseangebote, Herbst und Winter, Familienzeit) sowie *Kultur und Lifestyle* [inkl. Veranstaltungen,

Sehenswürdigkeiten, Wellness und Auszeit, Genuss, Shopping, Sorben und Wenden, Kunst, Geschichte und Geschichten]).

Mit **Lübbenau/Spreewald** (Erholungsort) und **Burg (Spreewald)** (Kurort/Ort mit Heilquellenkurbetrieb) hat Lübben zudem starke Wettbewerber im unmittelbaren Umfeld. Beide Orte haben deutlich höhere Besucherzahlen. Durch die Lage im Oberspreewald bedienen sie umfassend die typischen Spreewald-Bilder bzw. Assoziationen der Gäste. Lübbenau positioniert sich weiterhin als „Top of Spreewald“ sowie „Stadt der Kahnfahrt“ und „Stadt der Gurken“. Wesentliche Themen sind *Aktivitäten und Naturerleben im UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald* sowie *Landleben und Kultur* der Spreewälder, jeweils mit Fokus auf Qualität und Balance. Burg (Spreewald) kommuniziert über die Themen *bewegen, genießen* (Fokus Kulinarik, regionale Produkte) und *entspannen* (Fokus Gesundheit, Wellness). Gerade im Bereich Gesundheit und Wellness ist Burg als Kurort sehr gut aufgestellt.

Besonderheit Lübbens ist die Symbiose von Natur/Aktiv + Stadt/Kultur + Familienfreundlichkeit. Aktives Erleben der Natur auf dem Kahn, dem Rad oder zu Fuß, gepaart mit städtischem Flair und Kulturangeboten machen den besonderen Reiz von Lübben aus. Lübben bietet dafür städtisches Flair mit Geschichte mitten im UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald. In Lübben lässt sich so eine erholsame Zeit für die gesamte Familie erleben.

Für die Bespielung der drei Themen verfügt Lübben (Spreewald) bereits über entsprechende landschaftliche und kulturelle Voraussetzungen und ein potenzialreiches Grundangebot, das mit Blick auf die Zielgruppen (vgl. Kapitel 5.4) noch weiter ausgebaut und erlebbarer gemacht werden sollte. Die Themen verfügen über ein hohes Marktpotenzial, sind aber auch durch eine starke Wettbewerbsintensität im Deutschlandtourismus geprägt. Daher müssen eine hohe Attraktivität und Qualität des eigenen Angebotes gegeben sein, um sich erfolgreich am Markt zu positionieren.

**Abb. 20 Profilt Themen für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)**



Abb. 21 Beispielhafte Untersetzung der Profilhemen

Aktiv
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Biosphärenreservat Spreewald; Naturlandschaft inmitten von Wiesen, Feldern, Fließen (Spree, Berste, Burg-Lübbener-Kanal, Roter Nil, Nordumfluter)</li> <li>■ Wassertourismus: „Verschlungenes Wasserlabyrinth“, Paddeln, längste Holzbrücke (aktuell gesperrt, Ersatzneubau soll bis 2025 fertig gestellt sein) des Spreewaldes zur SpreeLagune mit Strandareal und Kanu-Rastplatz; Angeln; Kahnfahrten</li> <li>■ Radfahren „fernab vom Alltagstrubel“</li> <li>■ Wandern, Waldspaziergänge</li> <li>■ Kletterwald, Bowlingbahn, Sportpark</li> <li>■ Gesund in der Natur, Gesundheitsangebote, bspw. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Häuser mit Wellnessangeboten</li> <li>▪ Einrichtungen mit Kursangeboten für Fitness, Gesundheit, Yoga etc.</li> <li>▪ Kliniken in Lübben</li> </ul> </li> <li>■ ...</li> </ul>
Stadt und Kultur
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stadtgeschichte mit mittelalterlichem Wehrturm, Wappensaal und Renaissance-Schloss, Museum im Schloss Lübben</li> <li>■ verschiedene Veranstaltungen bspw. Lübbener Spreewaldfest, Lübbener Kahnacht, Summer Island Open Air</li> <li>■ Bummeln in der Innenstadt</li> <li>■ Burglehn/ehemalige Slawenburg von Lübben; slaw. Kultstätte der Liebesgöttin LiUBA im Hain → Schauplätze der Geschichte</li> <li>■ Sorben und Wenden: Erleben von Kultur, Sprache und Musik; Kleine Mundart Bibliothek; sorbisch/wendisches Trachtentreffen; Maibaumstellen, Ostern</li> <li>■ Stadt Paul Gerhardts (Pfarrer): Kirche, Paul-Gerhardt-Zentrum, Paul-Gerhardt-Weg</li> <li>■ Ausstellungen, Konzerte und Kleinkunst, Ateliers</li> <li>■ Geschichten und Sagen</li> <li>■ ...</li> </ul>
Familienzeit
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schlossinsel mit Klettergerüsten, Klanggarten, Labyrinth, Wasserspielplatz</li> <li>■ Lübbener Familienstadtrallye</li> <li>■ Lübbener Kindersommer</li> <li>■ „Spürnasen im Einsatz“ Naturerlebnisspiele für Familien und Kindergruppen des Biosphärenreservates</li> <li>■ Kindgerechte Führungen und Kahnfahrten</li> <li>■ Museum Schloss Lübben auch für Kinder und Kitagruppen</li> <li>■ Feuerwehrmuseum</li> <li>■ Kletterwald</li> <li>■ Bademöglichkeiten, insb. SpreeLagune</li> <li>■ ...</li> </ul>

Zur Weiterentwicklung der Themen ergeben sich folgende Implikationen:

- Weiterführung des Profiltemas Aktiv mit Fokus auf Wassererleben (Kahnfahren, Paddeln etc.), Radfahren und Spazieren/Wandern. Ergänzung des Themas Aktiv um Aspekte von Entspannung, Wellness und Gesundheit, in Kooperation mit entsprechenden Anbietern und auch umliegenden Orten
- weitere Stärkung des Themas Familie und Kinder; Ausbau entsprechender Infrastrukturen, Angebote und Produkte; Stärkung von attraktiven Angeboten auch für Jugendliche und junge Erwachsene
- weitere Stärkung des Themas Kultur und Brauchtum; Ergänzung des Themas Stadtgeschichte um Regionalgeschichte, Inszenierung von Geschichten und Mystik. Das Thema „Stadt/Kultur“ unterfüttert dabei auch die Aktivthemen, d. h. Wasser, Wander- und Radangebote sollen künftig stärker auf den Erlebnischarakter fokussieren und auch z. B. kulturelle Erlebnisse einbinden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei auch der Kulinarik zu, da sich kulinarische Akzente durch alle anderen Themen- und Angebotsbereiche ziehen, um den Spreewald und Lübben „mit allen Sinnen erlebbar“ zu machen, Stichwort: regionale Produkte und Produzenten
- Sicherstellung der Erlebbarkeit der Infrastrukturen und Angebote in den Themen
- konsequente Mitberücksichtigung der Querschnittsthemen Nachhaltigkeit und Qualität sowie von Aspekten wie Serviceorientierung, Digitalisierung, Lebensqualität, Wertschöpfung und Saisonverlängerung
- keine alleinige Orientierung an einer Basisqualität, sondern Fokus auf ausgezeichnete Produkte und Überraschungsqualität

## 5.4 Zielgruppen

### Aktuelle touristische Besuchs- und Zielgruppen

Bei den aktuellen Zielgruppen stehen vor allem **Naherholer, Tagesausflügler** sowie **privat motivierte Urlaubsgäste** im Fokus, während Patienten der Kureinrichtungen eine eher untergeordnete Rolle spielen. Bei den privat motivierten Urlaubsgästen besuchen vornehmlich klassische Familien sowie Paare, vor allem aus der Generation der sogenannten Best Ager, die Stadt.

Bei differenzierter Betrachtung wird folgendes deutlich:

- **Best-Ager** (Zielgruppe von Personen mit einem Lebensalter von über 50 Jahren) fühlen sich in Lübben durch das Natur- und Aktivangebot verknüpft mit dem kulturellen Angebot und regionalen Produkten angesprochen. Dieses gilt es noch weiter auszubauen und besser miteinander zu vernetzen. In den älteren Zielgruppen finden sich auch passive Stammgäste, die bspw. Produkte nutzen wie die klassische Kahnfahrt oder als Busgruppe ein All-Inclusive-Paket Spreewald. Hier gilt es entsprechende Arrangements und Produkte zu sichern und die Best-Ager im Marketing auch sichtbar zu machen, um sie anzusprechen.

- Für **erwachsene Singles und Paare** kann Lübben vor allem mit dem Natur- und Aktivangebot (Wandern, Radfahren, Wassersport etc.) punkten. Auch das Biosphärenreservat und das Thema Wellness können angebotsseitig eine Rolle spielen und sollten durch entsprechende Produkte gestärkt werden (z. B. mit Fokus auf Entschleunigung, gemeinsame Zeit für Paare und Freunde, Naturerleben etc.).
- Durch die bestehenden Angebote, z. B. auf der Schlossinsel, Badestelle SpreeLagune und Naturerlebnisangebote werden besonders **Familien (mit Kindern)** angesprochen. Für diese gibt es bereits einige Angebote, die jedoch – vor allem für schlechteres Wetter – weiter auszubauen sind.
- Hinzu kommen **Tagesgäste**, die kulturelle Veranstaltungen der Stadt oder die Versorgungsfunktion von Lübben nutzen.
- Durch die zwei Kliniken, das Reha-Zentrum, Physiotherapiepraxen etc. zieht Lübben zudem überregional **Patienten** (zugewiesen über die Krankenkassen bzw. Ärzte) sowie **gesundheitsbezogene Tagesfahrten** nach Lübben. Gesundheitsorientierte Angebote, die allen Gästen zugänglich sind (bspw. in Form von Wellnessangeboten, Tagesangeboten etc.), sind allerdings wenig vorhanden und sollten unter der Vision einer steigenden Gesundheitsorientierung weiter ausgebaut werden.

Quellmärkte sind entsprechend der Ausführungen im Organisations- und Entwicklungskonzepts Lübben (Spreewald) primär der Nahbereich mit der Hauptstadt Berlin und dem Land Brandenburg. Auch lässt sich eine Nachfrage aus Sachsen und dem Nachbarland Polen erkennen, die weiter im Fokus bleiben sollte. Perspektivisch wurde bereits 2017 angedacht, auch andere Märkte ins Visier zu nehmen, wie Nordrhein-Westfalen und Hessen sowie die skandinavischen Länder und die Niederlande, allerdings über Kooperationen.

#### **Bezug zu den Zielgruppen der übergeordneten Ebenen – Brandenburg und Spreewald**

Bisher waren für das Land Brandenburg folgende Zielgruppen definiert: Gesellige Familien, Intellektuelle Kultururlauber, Genussorientierte Natururlauber, Qualitätsbewusste Entschleuniger, Eventorientierte Smartshopper. Für Lübben waren dabei insb. die Gruppe der „**Qualitätsbewusste Entschleuniger**“ und „**Gesellige Familien**“ relevant, ggf. auch der „**Genussorientierten Natururlauber**“.

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH ist seit 2021 allerdings in der Phase der (Weiter-)Entwicklung der bisher reiseverhaltensbasierten GfK-Segmentierung hin zu einer **benefitorientierten Zielgruppensegmentierung (BeST)**. Mittlerweile nutzt die TMB die neue Zielgruppen-Segmentierung, die sowohl Werte als auch Motive und das Reiseverhalten widerspiegelt. Diese findet nun Stück für Stück Anwendung. Der Prozess ist aber noch nicht abgeschlossen. In den nächsten Monaten werden weitere Informationen zu den Zielgruppen, Steckbriefe etc. konkretisiert. Daher kann an dieser Stelle keiner Zielgruppenableitung vorgegriffen werden.

Der Tourismusverband Spreewald konzentriert sich bei seinen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen auf die Hauptzielgruppe der **LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)**. Vertreter dieser Gruppe pflegen einen nachhaltigen Lebensstil, in dem Gesundheit, Umweltbewusstsein und soziale Verantwortung als Werte im Mittelpunkt stehen. Als Quellmärkte hat der Tourismusverband mit Bezug zu den LOHAS insb. Sachsen, Berlin,

Hamburg, Bayern sowie die Länder Schweiz, Dänemark, Polen und Österreich als Potenzial identifiziert.

### Implikationen für die Angebotsgestaltung und das Marketing

- Angebote und Produkte zur Ansprache der **LOHAS**, d. h. insbesondere qualitativ hochwertige, nachhaltige und authentische touristische Angebote, sollten gesichert und weiter gestärkt werden, um eine gute Sichtbarkeit über die Destination Spreewald zu gewährleisten.
- Für mittelalte Erwachsene und ältere Gäste, die im Spreewald und in Lübben **Erholung suchen und aktiv sein wollen** (insb. Paddeln, Radfahren, Wandern), ist Lübben bereits gut aufgestellt. Hier gilt es Basisinfrastrukturen auszubauen, die Qualität zu verbessern und spannende Erlebnisse zu stärken (bspw. zentraler Radverleih, qualifizierte thematische Rundwege, thematische Kahnfahrten etc.).
- Für **Familien**, die Lübben als Ausgangspunkt ihres Spreewaldurlaubes nutzen, sind v. a. Erlebnisangebote und Schlechtwetteralternativen (auch mit Bezug zur Kultur, Geschichte) wichtig.
- **Naherholer und Tagesgäste** sollten weiter im Fokus stehen. Hierfür gilt es, die kulturellen Veranstaltungen der Stadt und die Versorgungsfunktion von Lübben zu sichern und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln sowie attraktive Tagesausflugsempfehlungen in und rund um Lübben zu geben.
- Auch für **gesundheitsorientierte Gäste** sollte das Angebot weiter gestärkt werden. Gefragt sind hierbei insb. wellness- und gesundheitsorientierte Angebote, die allen Gästen zugänglich sind.
- Für die **passiven Stammgäste**, die Produkte wie die klassische Kahnfahrt oder eine All-Inclusive-Busreise nutzen, sind entsprechende Arrangements und Produkte zu sichern.
- Für alle Zielgruppen gilt, spannende Angebote und Schlechtwetteralternativen über das ganze Jahr - insbesondere in der Nebensaison - vorzuhalten (bspw. bestehend: Arrangement Silvester im Spreewald, Glühweinkahnfahrt, Winterkutschfahrten).

## 6 Handlungsprogramm

### 6.1 Handlungsfelder

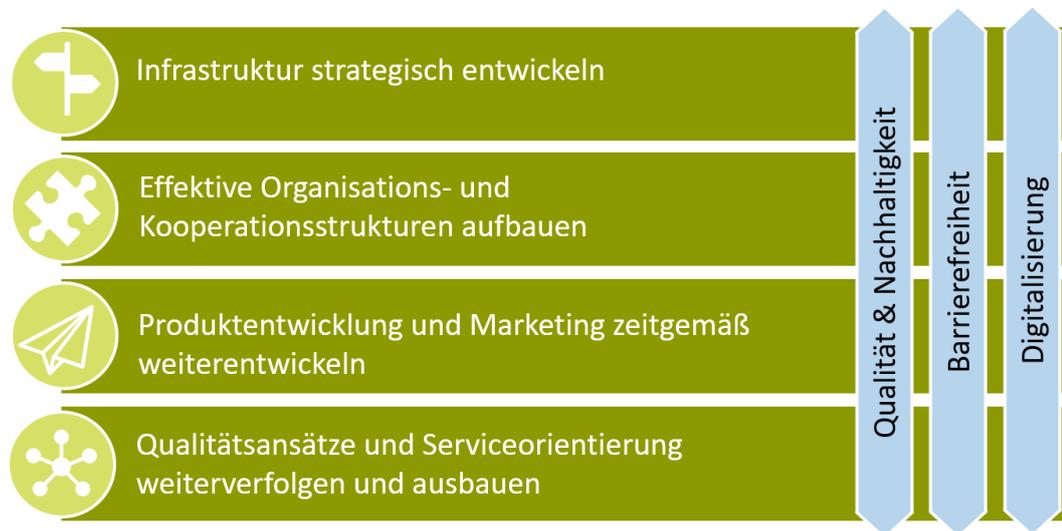
Aus der Schlussfolgerung der Analyse und der Strategie (Vision und den Zielen) resultieren vier **Handlungsfelder**, denen sich die Akteure in den kommenden Jahren **schwerpunkt-mäßig** widmen wollen. Dabei wurden die bisherigen fünf Aktionsfelder, die im Organisations- und Entwicklungskonzept Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) identifiziert worden sind, zu vier Handlungsfeldern zusammengefasst:

- Infrastruktur strategisch entwickeln
- Effektive Organisations- und Kooperationsstrukturen aufbauen
- Produktentwicklung und Marketing zeitgemäß weiterentwickeln
- Qualitätsansätze und Serviceorientierung weiterverfolgen und ausbauen.

Übergreifende Themen wie Qualität und Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und Digitalisierungen, die für jedes Handlungsfeld relevant sind, werden bei allen Maßnahmen mitgedacht.

Die hierzu definierten Maßnahmen sollen sukzessiv realisiert werden.

Abb. 22 Handlungsfelder für Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota)



© BTE 2024, Hinweis: als Weiterführung aus dem Organisations- und Entwicklungskonzept Lübben (Spree-wald)

## 6.2 Maßnahmen

Das vorliegende Erholungsortentwicklungskonzept ist ein Leitfaden für die zukünftige Entwicklung der Stadt Lübben (Spreewald)/Lubin (Błota) und gibt Orientierung über angestrebte sowie wünschenswerte Projekte.

Der Maßnahmenkatalog umfasst aktuell geplante sowie teils in Umsetzung befindliche aber auch noch nicht umgesetzte Maßnahmen und Projekte aus dem Organisations- und Entwicklungskonzept 2026 sowie den Sachstandsberichten zum Erholungsort. Des Weiteren finden sich hier Projekte sowie neue Maßnahmenvorschläge, die im Rahmen der Maßnahmenwerkstatt erarbeitet wurden sowie weitere gutachterliche Maßnahmenempfehlungen. Die Maßnahmen sind Maßnahmenbereichen zugeordnet.

Die Erholungsortentwicklungskonzeption richtet sich federführend an die Stadt Lübben und die TKS sowie in der Zusammenarbeit an die touristischen Akteure der Stadt und weitere relevante Partner.

Für die einzelnen Maßnahmenbereiche sind jeweils

- eine **Priorität** für die Umsetzung festgelegt: **sehr hoch** und **hoch**
- eine **Verantwortlichkeit** benannt, wer die Umsetzung **koordinierend** übernimmt und bedarfsorientiert weitere **Partner** einbindet
- **weitere Maßnahmen** genannt, die in **Prio 1-** und **Prio 2-Aufgaben** unterteilt werden, die für die Umsetzung des Maßnahmenbereichs notwendig sind:
  - **Prio 1** können kurz- bis mittelfristig (innerhalb der nächsten vier Jahre) umgesetzt werden und/oder haben eine hohe Priorität
  - **Prio 2** sind schwer und daher langfristig umsetzbar (ab fünf Jahre) und/oder haben eine niedrigere Priorität
  - Die Aufgaben sind entsprechend farbig markiert.

Abb. 23 Übersicht der Maßnahmenbereiche

Nr.	Maßnahmenbereich	Priorität	Anzahl Maßn.
<b>Startmaßnahme</b>			
5	Prüfung der Strukturen und Verständnis einer effizienten Aufgabenteilung zwischen der Stadt Lübben (fachbereichsübergreifend) und der TKS	sehr hoch	2
<b>Handlungsfeld Infrastruktur strategisch entwickeln</b>			
1	Ausbau der touristischen Erlebnisinfrastruktur	sehr hoch	5
2	Optimierung der touristischen Wege/-infrastruktur	hoch	3
3	Ausbau und Qualitätssteigerung im Beherbergungsangebot	hoch	2
4	Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur und Erweiterung des Mobilitätsangebot	hoch	3
<b>Handlungsfeld Effektive Organisations- und Kooperationsstrukturen aufbauen</b>			
5	Kontinuierliche Weiterentwicklung der TKS als wettbewerbsfähige Tourismusmarketing- und Managementorganisation	sehr hoch	3
6	Fortführung und Entwicklung neuer strategischer Kooperationen	sehr hoch	4
7	Professionelles Innenmarketing	hoch	2
<b>Handlungsfeld Produktentwicklung und Marketing zeitgemäß weiterentwickeln</b>			
8	Entwicklung attraktiver zielgruppengerechter Lübben-Produkte und Angebote	hoch	5
9	Stärkung gesundheitsorientierter Angebote und Erlebnisse	hoch	3
10	Optimierung des Onlinemarketings und stärkere Fokussierung auf Lübben-Themen	hoch	4
<b>Handlungsfeld Qualitätsansätze und Serviceorientierung weiterverfolgen und ausbauen</b>			
11	Sicherung und Fortsetzung der (Service)Qualität	hoch	3
12	Setzen neuer Qualitätsmaßstäbe (nachhaltig und wertorientiert)	hoch	4

## 6.2.1 Startmaßnahme

Wichtig für eine zielführende Gestaltung des Tourismus als bedeutender Wirtschaftsfaktor sowie „weicher“ Faktor mit Auswirkungen auf die Lebens- und Standortqualität von Orten, ist eine **gute und klare Aufgabendifferenzierung und -teilung** zwischen den einzelnen Akteuren notwendig. Zudem werden die formulierten Inhalte des Erholungsortentwicklungskonzeptes Lübben (Spreewald)/Lubin (Blota) nur dann erreicht, wenn alle Akteure „an einem Strang ziehen“. Hierzu ist eine Zusammenarbeit zwischen **Politik, Verwaltung, Tourismuspartnern wie der TKS, den Touristikern und weiteren Partnern** nötig. Hier zeigt sich in der Analyse noch Klärungsbedarf.

Für eine optimale Erfüllung der lokalen touristischen Aufgaben gilt es daher sich grundlegend über diese Klarheit zu verschaffen. Nach einer Klärung der Aufgaben gilt es diese auf die verschiedenen Aufgabenträger zu verteilen und gegenüber anderen Aufgabenträgern abzugrenzen. Hierbei gilt es zu klären: **Wer übernimmt aktuell welche Aufgaben? Wer soll und kann künftig welche Aufgaben übernehmen? Reichen die Finanzen zur Erfüllung der Aufgaben?**

Ziel ist es darüber hinaus, eine **kontinuierliche Zusammenarbeit, Arbeitsteilung und effiziente Arbeitsprozesse** zu schaffen, um gemeinsam den Tourismus voranzubringen und so die touristische Wertschöpfung zu steigern. Dabei sollen die für den Tourismus zuständigen Personen gut vernetzt sein, sich kennen und innerhalb eines vertrauensvollen, lebendigen Netzwerks arbeiten. Wichtig ist hierbei eine aktive und regelmäßige Zusammenarbeit. Dabei fordert jede Kooperation von allen Akteuren Personalressourcen und finanzielle Mittel. Entsprechend wichtig ist es, die limitierten **Ressourcen aufgabenorientiert und effizient einzusetzen**.

Abb. 24 Startmaßnahme

Startmaßnahme: Prüfung der Strukturen und Verständnis einer effizienten Aufgabenteilung zwischen der Stadt Lübben (fachübergreifend) und der TKS		
Priorität:	sehr hoch	
Verantwortung:	Stadt Lübben, TKS	
Partner:	TV Spreewald	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
S.1	<b>Aufgabenklärung als Grundlage für eine effektive, zukunftsorientierte Organisation der Tourismusgestaltung in Lübben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Differenzierung der Aufgaben, die auf der lokalen Ebene wahrgenommen werden müssten</li> <li>■ Differenzierung und Abstimmung der Aufgaben und Ressourcen von TKS und Stadt Lübben (operative Aufgaben und Zuständigkeiten klären)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Arbeitsteilung sollte richtig abgegrenzt und gelebt werden, Übergänge sollten allen Akteuren klar sein (bspw. zwischen „kommunaler Kultur“ und „tourismuskulturellen Events, Eigenvermarktung Museum und Weiterkommunikation durch TKS)</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prüfung der vorhandenen Ressourcen der Stadt und TKS</li> <li>▪ Grundlage bildet das Entwicklungs- und Organisationskonzept Lübben 2026 aus dem Jahr 2016 sowie neue Entwicklungen und Rahmenbedingungen</li> <li>▪ Identifikation von Ressourcen- und Qualifizierungsbedarfen</li> <li>▪ Klärung der Bedarfe für die Umsetzung der Erholungsortentwicklungskonzeption</li> </ul>
<b>S.2</b>	<b>Etablierung regelmäßiger Austauschformate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ regelmäßiger Jour Fixe mit der Stadt Lübben und TKS</li> <li>▪ regelmäßiger Austausch zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ strategischen Planung, bspw. Jahresplanung, Aufgabenverteilung etc.</li> <li>▪ operativen Planungen und themenspezifischen Maßnahmen</li> </ul> </li> </ul>

## 6.2.2 Handlungsfeld 1: Infrastruktur strategisch entwickeln

Abb. 25 Maßnahmenbereich 1: Ausbau der touristischen Erlebnisinfrastruktur<sup>10</sup>

Maßnahmenbereich 1: Ausbau der touristischen Erlebnisinfrastruktur		
<b>Priorität:</b>	sehr hoch	
<b>Verantwortung:</b>	Stadt Lübben, TKS	
<b>Partner:</b>	touristische Akteure	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
<b>1.1</b>	<b>Erlebnis- und Informationszentrum Spreewald</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsetzung des Erlebnis- und Informationszentrums Spreewald als Indoor-Attraktion auf Basis der Machbarkeitsstudie durch Stadtochter (Wohnungsbaugesellschaft)</li> <li>▪ weitere Schritte in Abhängigkeit der Ergebnisse aus dem Prozess</li> </ul>
<b>1.2</b>	<b>Ausbau der Aufenthaltsqualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gewährleistung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt (städtische Möblierung, Grün, Sitzbänke etc.)</li> <li>▪ Prüfung der Öffnung der Sport- und Freizeitangebote für Gäste</li> </ul>

<sup>10</sup> Mit Erlebnisqualität sind physische und immaterielle Elemente gemeint, die geschaffen werden, um Besuchern ein einzigartiges und ansprechendes Erlebnis während ihrer Reise zu bieten. Während früher das reine Vorhandensein einer Infrastruktur/Sehenswürdigkeit (z. B. eines historischen Gebäudes) im Fokus stand, geht es heute um die „Inszenierung“, d. h. eine Bespielung von Infrastrukturen und Kulissen. Nur so ist es möglich, dass touristische Angebote vom Gast als Erlebnis wahrgenommen werden.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>kontinuierlich Impulse leisten für das Klimaschutzkonzept der Stadt → Anpassungen, verschattete Aufenthaltszonen, Gewässerschutz etc.</li> </ul>
1.3	<b>Schaffung neuer Möglichkeiten des Erlebens des Spreewaldes auf dem Wasser</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erweiterung der Kahnrouten im Norden - Ausbau der Verbindung zwischen Spree und Umflutkanal</li> <li>Prüfung der Möglichkeit, Abschnitte auf dem Burg-Lübener-Kanal für Stand-up-Paddling o. ä. freizugeben (ggf. an das Wasser- und Schifffahrtsamt Brandenburg wenden) bzw. Angebote zu schaffen (SUP-, Padelbootverleih etc.)</li> </ul>
1.4	<b>Bedarfsbetrachtung des gastronomischen Angebotes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prüfung des aktuellen Bestands des gastronomischen Angebotes, vorrangig während der Hauptsaison (Umfang des Angebotes, Öffnungszeiten, Kapazitäten der einzelnen Betriebe, Nachfrage in den Betrieben)</li> <li>Ableitung möglicher Bedarfe aus der zuvor ausgeführten Bestandsanalyse, (bspw. Notwendigkeit von Magnetbetriebe, stärkere Gesundheitsorientierung bei den Speisen, allgemeine Qualitätsstandards etc.)</li> </ul>
1.5	<b>Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes von 2015, Prüfung der Maßnahmen auf ihre Relevanz und Umsetzungsstand und weitere Umsetzung der Maßnahmen</li> <li>Prüfung der Notwendigkeit einer Aktualisierung des Konzeptes</li> <li>Sicherung der Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels gemäß des Einzelhandelskonzeptes</li> </ul>

Abb. 26 Maßnahmenbereich 2: Optimierung der touristischen Wege/-infrastruktur

Maßnahmenbereich 2: Optimierung der touristischen Wege/-infrastruktur		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	Stadt Lübben	
<b>Partner:</b>	TKS, touristische Akteure	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
2.1	<b>Innerstädtisches Wegeleitsystems</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>weitere Umsetzung des geplanten innerstädtischen Wegeleitsystems (einheitliche Gestaltung der Beschilderung, Etablierung von thematischen Routen (vgl. auch Maßnahme 2.2), Integration neuer Techniken; Ziel: Verringerung des Verkehrs in der Innenstadt durch gezielte Besucherlenkung über Fuß- und Radwege</li> <li>konkrete Bedarfe</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbesserung der Ausschilderung entlang der Achse Bahnhof – Innenstadt – Schlossinsel (ggf. kreative Lösungsfindung zur attraktiven Besucherlenkung; Beispiel Hannover „Roter Faden“)</li> <li>▪ Einbindung von Anbietern in die Rundwegegestaltung, bspw. Ausschilderung des Rundwanderwegs bis zur Jugendherberge</li> <li>▪ Integration von öffentlichen WC-Anlagen in das Wegeleitsystem</li> <li>■ regelmäßige Reinigung und Instandsetzung des Leitsystems</li> </ul>
2.2	<b>Sicherung und Ausbau eines attraktiven und lückenlosen Rad- und Wanderwegenetzes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sicherung der Qualität des bestehenden Wander- und Radwegenetzes (Instandsetzung und bedarfsgerechter Ausbau)</li> <li>■ Erschließung eines Rundwegesystems (insb. Lückenschlüsse vorantreiben, bestehende Wege verbinden), bspw.: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ermöglichung einer „Spreewaldrundwanderung“ mit Einbindung der Reha-Klinik (Erweiterung des bestehenden Rundwanderweges, Vorschlag aus dem Prozess zur Wegeföhrung: mit Fließ-Überquerung (Floß als Alternative); Route Sportplatz FLJ → Jugendherberge → Jägerbadestelle → Schlossinsel → Sportplatz FLJ; Holzsteg über Moos)</li> <li>▪ Kopplung mit Route „Sagen/Mythen“ (zwei Ankerpunkte für die Themenwelt Sagen und Mythen setzen im Stadthain)</li> </ul> </li> <li>■ Weiterführen bereits gestarteter Planungen zu Themen-Routen, bspw. vergessene Orte, historische Orte, Paul-Gerhardt</li> <li>■ farblich gekennzeichnete Fahrradstreckenwege zur Erhöhung der Sicherheit und Förderung der Akzeptanz</li> <li>■ an Wegekrenzungen/Straßenkrenzungen: Wegeföhrung auf Straße farblich kennzeichnen</li> </ul>
3.3	<b>Ausbau der (wege-)begleitenden Infrastruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ kontinuierliche Pflege der wegebegleitenden Infrastruktur wie Bänke, Schutzhütten, Informationstafeln etc.</li> <li>■ Identifizierung der Bedarfe und Ausbau von <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verpflegungs- und Ruhepunkte (Stationen zum Verweilen)</li> <li>▪ Anlege- und Badestellen</li> <li>▪ (mobile) Versorgungsstationen</li> </ul> </li> </ul>

Abb. 27 Maßnahmenbereich 3: Ausbau und Qualitätssteigerung im Beherbergungsangebot

Maßnahmenbereich 3: Ausbau und Qualitätssteigerung im Beherbergungsangebot		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	Stadt Lübben, Beherbergungsbetriebe, TKS (direkter Kontakt zu Betrieben)	
<b>Partner:</b>	Investoren, Beherbergungsbetriebe in Lübben	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
3.1	<b>Ansiedlung eines neuen Hotelbetriebs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bedarf identifizieren – aus bisherigen Konzeptionen und dem Prozess ergibt sich 3-4 Sterne, Segment Aktiv und/oder Familie, ggf. in Kombination mit Ferienwohnungen/-häusern als Ankerprojekt für den Standort</li> <li>■ aktives Ansiedlungsmanagement</li> </ul>
3.2	<b>Weitere Modernisierung und Ausbau bestehender Beherbergungsbetriebe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Prüfung der notwendigen Genehmigungen für Um- und Anbauten der Betriebe</li> <li>■ Sensibilisierung der Gastgeber für Reinvestitionen in den Bestand, innovative Übernachtungsmöglichkeiten oder Kapazitäten für Wellnessangebote</li> </ul>

Abb. 28 Maßnahmenbereich 4: Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur und Erweiterung des Mobilitätsangebot

Maßnahmenbereich 4: Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur und Erweiterung des Mobilitätsangebot		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	Stadt Lübben,	
<b>Partner:</b>	TKS, ÖPNV-Anbieter, Verleiher	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
4.1	<b>Erweiterung des Fahrradverleihsangebots</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Etablierung eines Fahrradverleihs mit E-Bikes, entweder Privatvermietung oder über ein Sharing-System</li> <li>■ Prüfung und Klärung der Rahmenbedingungen:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ notwendige Infrastruktur</li> <li>▫ Lage (idealerweise in direkter Nähe des Bahnhofes)</li> </ul> </li> <li>■ lokales oder interkommunales Verleihsystem</li> </ul>

4.2	<b>Erweiterung der Mobilitätskonzepte und -angebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ erweiterte Beteiligung an der Spreewaldcard, mit der Gäste den öffentliche Personennahverkehr kostenlos nutzen können</li> <li>■ Lobbyarbeit zur Schaffung attraktiver, nachhaltiger Mobilitätskonzepte, bspw. <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Entwicklung tourismusgerechter ÖPNV-Preis-Angebote innerhalb Lübbens und des Spreewalds, bspw. Kombitickets, Umwelttickets u. ä. in enger Zusammenarbeit mit dem VBB und den weiteren Städten im Spreewald</li> <li>▫ Fahrradtransporte durch ÖPNV auf breiter Basis möglich machen in Abstimmung mit den ÖPNV-Anbietern wie Regionale Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald mbH</li> <li>▫ Prüfung und Umsetzung individueller Mobilitätsformen, bspw. autonome Stadtbusse/Nahverkehr (RUS): Rufbusse über APP, die autonom in der Stadt fahren und die Menschen mit Mobilitätseinschränkungen zu Hause/im Hotel abholen</li> </ul> </li> <li>■ Bedarfsanalyse zum Ausbau der Taxi Personenbeförderung (bspw. Abfrage von Bedarfen bei Gastgebern, Einwohnern etc., Soll-Ist-Abgleich und ggf. Austausch mit bestehenden Anbietern zur Angebotserweiterung und/oder Anbietergewinnung)</li> </ul>
4.3	<b>Förderung der Verkehrsberuhigung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verbesserung der Parksituation für Fahrräder (B+R) und Pkw (P+R, E-Mobilität)</li> <li>■ barrierefreier und lückenloser Ausbau von Fuß- und Radwegeverbindungen (innerstädtische Mobilitätsachse vom Bahnhof zum Zentrum)</li> </ul>

### 6.2.3 Handlungsfeld 2: Effektive Organisations- und Kooperationsstrukturen aufbauen

Abb. 29 Maßnahmenbereich 5: Kontinuierliche Weiterentwicklung der TKS als wettbewerbsfähige Tourismusmarketing- und Managementorganisation

#### Maßnahmenbereich 5: Kontinuierliche Weiterentwicklung der TKS als wettbewerbsfähige Tourismusmarketing- und Managementorganisation

<b>Priorität:</b>	sehr hoch
<b>Verantwortung:</b>	TKS, Stadt Lübben
<b>Partner:</b>	-/-

Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
5.1	<b>Weiterentwicklung der TKS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sicherung einer zukunftsfesten Ausstattung der TKS mit ausreichend personellen und finanziellen Ressourcen orientiert an den Aufgaben (vgl. Startmaßnahme) <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Prüfung des künftigen Personalbedarfs vor dem Hintergrund der Erfüllung der lokalen touristischen Aufgaben</li> <li>▫ Prüfung der Bedarfe innerhalb der drei Geschäftsbereiche: Strategie und Branche, Marketing und Produkte, Spreewald-Service Lübben</li> <li>▫ Ableitung des aktuell notwendigen Gesamt- sowie Marketingbudgets</li> </ul> </li> <li>■ ggf. Prüfung einer Namensänderung der TKS nach der Aufgabenklärung zwischen der Stadt Lübben und der TKS</li> </ul>
5.2	<b>Ausbau der Digitalisierungs-Aktivitäten im Marketing</b>	<p>Schritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufbau von Kompetenzen</li> <li>■ Weiterführung und Ausbau von Kooperationen mit Vertriebsplattformen</li> <li>■ vorantreiben der Online-Buchbarkeit der Betriebe (Information, Sensibilisierung durch TKS, Mitwirkung der Betriebe)</li> <li>■ Online-Buchbarkeit von Angeboten ermöglichen</li> <li>■ Ausweitung des digitalen Meldescheinwesens in Kooperation mit der Stadt und den Betrieben (bspw. Prüfung einer Kostenbeteiligung der Anbindung der Betriebe an das Kurtaxabrechnungssystem durch die Stadt, Einbindung von Betrieben als Botschafter zum Mehrwert eines digitalen Systems)</li> <li>■ Prüfung der Möglichkeit von/eines Wegweisern/Leit-systems mit QR-Codes</li> </ul>

<b>5.3</b>	<b>Fortsetzung des zielgruppenorientierten und zeitgemäßen Marketings und der Produktentwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Evaluierung und Verstetigung geschaffener Angebote/Veranstaltungen</li> <li>■ Umsetzung neuer Ideen unter Einbindung interner und externer Partner</li> </ul>
------------	--	--

**Abb. 30 Maßnahmenbereich 6: Fortführung und Entwicklung neuer strategischer Kooperationen**

Maßnahmenbereich 6: Fortführung und Entwicklung neuer strategischer Kooperationen		
<b>Priorität:</b>	sehr hoch	
<b>Verantwortung:</b>	TKS	
<b>Partner:</b>	Stadt Lübben, TV Spreewald, Besuchermagneten (bspw. Flughafen BER, Tropical Island), Gemeinden im Spreewald, weitere externe Partner und Netzwerke	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
<b>6.1</b>	<b>Förderung regionaler Kooperationen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Anstoß und Intensivierung von Kooperationen mit regionalen Akteuren (bspw. zur Produktentwicklung mit Tropical Islands, dem BER Flughafen)</li> <li>■ weitere Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Spreewald zur Sicherung von Marketingstärke und -präsenz, zum Erfahrungsaustausch, für Projektkooperationen etc.</li> <li>■ Prüfung von regionalen Netzwerken zur Aufgabenbewältigung, insbesondere durch Kooperation mit dem Tourismusverband Spreewald</li> <li>■ Förderung des Informationsaustauschs innerhalb der Region</li> </ul>
<b>6.2</b>	<b>Förderung überregionaler Kooperationen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ proaktives Herantreten an Vermarktungsorganisation oder Reiseveranstalter                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prüfung des Potenzials von Stop-Over-Programmen</li> <li>▪ Prüfung von Programmen für den polnischen Markt (Tagesgäste)</li> </ul> </li> <li>■ Ansprache von Partnerstädten, -regionen und potenziellen Netzwerkpartnern im Sinne von Themenkooperationen</li> </ul>

6.3	<b>Zusammenarbeit der TKS mit Betrieben verbindlichen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verbindlichkeit in der Zusammenarbeit der TKS mit Betrieben kontinuierlich stärken</li> <li>■ Aufgaben: <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Produktentwicklung</li> <li>▫ Vermarktung</li> </ul> </li> <li>■ Ansprache regionaler Produzenten</li> </ul>
6.4	<b>Prozessoptimierung zur maximalen Nutzung von Synergien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Optimierung der Prozesse zur maximalen Nutzung von Synergien – auch in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, d. h. Prüfung der Möglichkeiten, wie sich die Leistungsträger sowohl ideell als auch finanziell stärker in die Produktentwicklung, Kommunikation und Vertrieb einbringen können</li> </ul>

Abb. 31 Maßnahmenbereich 7: Professionelles Innenmarketing

Maßnahmenbereich 7: Professionelles Innenmarketing		
Priorität:	hoch	
Verantwortung:	TKS, Stadt Lübben	
Partner:	Leistungsanbieter, Bevölkerung	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
7.1	<b>Verstetigung des Informationsaustausches im Innenmarketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sicherung bestehender (ausgewählter) Arbeitskreise/fester „Stammtische“ der TKS und der Stadt zur Abstimmung, dem Erfahrungsaustausch und der gemeinsamen Angebote-/Produktgestaltung mit Leistungsanbietern</li> </ul>
7.2	<b>Kontinuierliche Sensibilisierung und Beteiligung der lokalen Bevölkerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sicherung der bestehenden Aktivitäten im Bereich Bürgerbeteiligung, dazu: Ressourcen für aktive Bürgerbeteiligung vorhalten und Partizipation sichern und stärken (für Stadtentwicklung und bei tourismusspezifischen Themen)</li> <li>■ Sensibilisierung der Bürgerschaft und städtischer Akteure für den Wirtschaftsfaktor Tourismus (bspw. durch Erhalt oder Verstetigung von Bürgerbeteiligungsformaten, Presseinformationen etc.)</li> <li>■ Vernetzung von Stadtgesellschaft und Gästen von außerhalb → authentisches Erleben der Destination für die Gäste und Begegnungen schaffen</li> <li>■ Prüfung der Notwendigkeit eines Stammtischs Jugend/Familie zur Ermittlung von Bedarfen</li> </ul>

## 6.2.4 Handlungsfeld 3: Produktentwicklung und Marketing zeitgemäß weiterentwickeln

Abb. 32 Maßnahmenbereich 8: Entwicklung attraktiver zielgruppengerechter Lübben-Produkte und Angebote

Maßnahmenbereich 8: Entwicklung attraktiver zielgruppengerechter Lübben-Produkte und Angebote kreieren		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	TKS, Stadt Lübben	
<b>Partner:</b>	touristische Leistungsträger, Gastgeber, Gesundheitsanbieter, Spreewaldverein e. V.	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
8.1	<b>Angebots- und Produktentwicklung in den drei Profilt Themen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Durchführung von Produktworkshops/Kreativrunden mit Anbietern</li> <li>■ Sensibilisierung und Beratung der Leistungsträger zur eigeninitiativen Angebotsentwicklung</li> </ul> Dabei wichtig: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Berücksichtigung der Profilt Themen für Lübben</li> <li>■ Berücksichtigung neuer Arbeitsbedingungen/-entwicklungen wie Workation</li> </ul>
8.2	<b>Angebotsentwicklung Fokus Natur &amp; Aktiv</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schaffung weiterer Naturerlebnisangebote, bspw.               <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ besondere Übernachtungsangebote (bspw. Baumhäuser, Schlafplattformen)</li> <li>▫ Familienabenteuer in der Natur (bspw. Schnitzeljagd, Schatzsuche, Themenroute zu traditionellen Geschichten)</li> </ul> </li> <li>■ Ausbau der Zertifizierung der Gastgeber mit Bett+Bike</li> <li>■ Sicherung und Ausbau zielgruppengerechter Angebote für Radfahrer, u. a. Fahrrad-/E-Bike-Verleihmöglichkeiten</li> <li>■ Bereitstellung sicherer Abstellmöglichkeiten für Radtouristen mit Gepäck</li> </ul>
8.3	<b>Angebotsentwicklung Fokus Familien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Entwicklung weiterer Familienangebote für Gäste und Einheimische, bspw.:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Verleih von Spielgeräten, Bollerwagenverleih für Wanderungen in der Tourist-Information</li> <li>▫ Weiterentwicklung kindgerechter Erlebnisführungen, bspw. Abenteuer-Wanderungen (mit und ohne Eltern, Erlebnisführungen und Naturerkundungen)</li> <li>▫ familiengerechte Tourenangebote wie Schnitzeljagd, Landschaftserkundungsspiel</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wetterunabhängige Angebote</li> <li>▪ multimediale Angebote</li> <li>▪ stärkere Inszenierung</li> <li>■ Ausbau von Angeboten für ältere Kinder und junge Menschen</li> <li>■ weitere Etablierung kindgerechter Angebote in der Beherbergung, z. B. Spielecken, großzügige Familienzimmer, Kinderbetten, Standplatz für Kinderwagen, Kinderschutz an Steckdosen, Verleih von Gesellschaftsspielen, Infos zu kindgerechten Freizeitaktivitäten</li> <li>■ weitere Etablierung kindgerechter Angebote in der Gastronomie, z. B. Kinderportionen bzw. Kindermenüs, Bereitstellen von Malbüchern, Kinderstühlen, Kinderschirr, Lätzchen-Verleih</li> </ul>
8.4	<b>Angebotsentwicklung Fokus Kultur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sicherung der bestehenden Veranstaltungsformate, bspw. Familiensommer, Shoppingnacht, Quark-Leinöl-Meile, Spreewaldfest, Adventsmarkt</li> <li>■ Entwicklung attraktiver Erlebnisangebote mit Fokus auf immaterielles Kulturerbe (Bau und Nutzung des Spreewaldkahns &amp; gesellschaftliche Bräuche der Lausitzer Sorben)</li> <li>■ Berücksichtigung der Machbarkeitsstudie für das Besucherinformationszentrum</li> <li>■ Schaffung weiterer Kulturerlebnisangebote, weitere Anregungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lesungen</li> <li>▪ Freiluftkino</li> <li>▪ Themenabende Sagen &amp; Mythen, ortsspezifische Geschichten</li> </ul> </li> <li>■ Kulturstrategie Lausitz mit einbeziehen</li> <li>■ Entwicklung eines Nutzungskonzeptes für das Herrenhaus Neuhaus (Öffnung für weitere Kulturveranstaltungen)</li> </ul>
8.5	<b>Sichtbarmachung/Erlebnis der Dachmarke Spreewald</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Fokus Angebot <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ weitere Förderung von regionalen Verkaufsstellen/Direktvermarktern wie Hofläden, Regiomaten, Picknickkörben etc.</li> <li>▪ Weiterentwicklung von regionalen touristischen Angeboten (bspw. Besichtigung von Höfen/landwirtschaftlichen Erzeugern, Food-Tasting/Verköstigung, Veranstaltungen)</li> <li>▪ Bereitstellung eines Angebotes von regionalen Produkten in den Gastronomie-, Beherbergungs- und Einzelhandelsbetrieben</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einbindung regionaler Produzenten/Produkte in buchbare Angebotspakete, Verknüpfung der Einzelangebote zu Paketen (bspw. Themenführungen mit Gastronomieangebot, Gastronomische Bespielung von Rastplätzen)</li> <li>▪ Verarbeitung regionaler Erzeugnisse in der Gastronomie und Hervorhebung bzw. Werbung mit regionalen Produkten in den Speisekarten der Gastronomen</li> <li>▪ bessere Sichtbarmachung und Kommunikation der vorhandenen Angebote</li> </ul>
--	---

**Abb. 33 Maßnahmenbereich 9: Stärkung gesundheitsorientierter Angebote und Erlebnisse**

Maßnahmenbereich 9: Stärkung gesundheitsorientierter Angebote und Erlebnisse		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	TKS	
<b>Partner:</b>	touristische Leistungsträger, Gastgeber, Gesundheitsanbieter	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
<b>9.1</b>	<b>Angebotsentwicklung Fokus Gesundheit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gemeinsame Ideenentwicklung zum Ausbau der gesundheitsorientierten und Wohlfühlangebote wie Sauna, Massage, Yoga, Meditation etc. bspw. im Rahmen eines Informations- und Ideenworkshops mit lokalen Akteuren und Anbietern gesundheitsorientierter Leistungen umliegender Orte zur Abklärung der Möglichkeiten und Hindernissen</li> <li>▪ Initiierung von Kooperationen zwischen Gesundheitsanbietern und Gastgebern in Lübben (Spreewald)</li> <li>▪ Prüfung der Öffnung bestehender gesundheitsorientierter Angebote auch für Gäste (bspw. Tagestickets im Fitnessstudio, ausgewählte Rest-/Ergänzungsplätze bei wöchentlichen Yoga-Veranstaltungen)</li> <li>▪ Entwicklung gesundheitstouristischer Produkte, bspw. ayurvedische/ernährungsspezifische Kochkurse, Yoga-Retreat, Veranstaltungsreihe zum Thema Gesundheit (Muskeln, Mobilität, Ernährung), Waldbaden etc.</li> <li>▪ Berücksichtigung der Entwicklungen zum Besucherinformationszentrum und Prüfung der Möglichkeit Angebote mit Fokus auf Entschleunigung und Gesundheit zu integrieren</li> <li>▪ Berücksichtigung der Zielgruppen bei der (Weiter-)Entwicklung des gesundheitlichen Angebotes                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzung für Tagesgäste und Patienten der Reha-Einrichtungen gewährleisten</li> </ul> </li> </ul>

<b>9.2</b>	<b>Prüfung einer Prädikatisierung als Kurort zur Stärkung der Gesundheitsorientierung</b>	<p>Mögliche Schritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufbereitung der Vorteile und Handlungsschritte zur Abwägung der Umsetzbarkeit</li> <li>■ Prüfung der zu erfüllenden Kriterien für Kurorte</li> <li>■ Ermittlung der Weiterentwicklungsbedarfe</li> <li>■ Erstellung einer Kosten-Nutzen-Darstellung</li> <li>■ Einholung von Erfahrungswerten weiterer Orte, die Entwicklung vom Erholungsort zum Kurort durchlaufen haben</li> <li>■ frühzeitige und laufende Einbindung der beteiligten (Leistungsanbieter, Gewerbe)</li> </ul>
<b>9.3</b>	<b>Netzwerk- und Austauschmöglichkeiten zum Thema Gesundheit ausbauen und weiterentwickeln</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Etablierung eines Gesundheitsforums Lübben                         <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tagung aller Gesundheitsdienstleister der Stadt Lübben, 1x jährlich als Austauschformat</li> <li>▪ Netzwerk aus Touristikern und Gesundheitsdienstleistern: Abstimmung aller Gesundheitsangebote</li> </ul> </li> </ul>

**Abb. 34 Maßnahmenbereich 10: Optimierung des Onlinemarketings und stärkere Fokussierung auf Lübben-Themen**

Maßnahmenbereich 10: Optimierung des Onlinemarketings und stärkere Fokussierung auf Lübben-Themen		
<b>Priorität:</b>	hoch	
<b>Verantwortung:</b>	TKS	
<b>Partner:</b>	Stadt Lübben, touristische Leistungsträger	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
<b>10.1</b>	<b>Qualifizierung der Leistungsträger zum Thema Digitalisierung/Online-Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sensibilisierung der Leistungsträger für das Thema Digitalisierung, bspw. im Rahmen von Infoveranstaltungen zur Online-Sichtbarkeit und Präsenz in digitalen Buchungsplattformen und den Zahlungsmöglichkeiten</li> <li>■ Ausbau von Mitarbeiter-Kompetenzen zu Online-Marketing, Marke und Digitalisierung (ist Voraussetzung für Arbeit am/mit Gast)</li> <li>■ Abfragen des Status quo bei Leistungsträgern: Welche Medien werden genutzt? Was funktioniert gut/nicht gut, und warum? → Rückkopplung der Ergebnisse in Feedback-Runden</li> <li>■ digitale Unterstützung der Leistungsanbieter</li> <li>■ Einführung bzw. Ausbau digitaler Lösungen zum Informationsaustausch der Akteure untereinander</li> <li>■ Online-Buchbarkeit der Betriebe vorantreiben</li> </ul>

10.2	<b>Optimierung und Ausbau der Online-Angebote und -Präsenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ fortwährende Sicherstellung der Content-Qualität, des Social-Media-Auftritts und der Website-Optimierung</li> <li>■ Herstellen von Online-Buchbarkeit von Produkten, Angeboten, Dienstleistungen</li> </ul>
10.3	<b>Fokus Tagesgäste</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sichtbarmachen von tagestouristischen Angeboten (bspw. „ein Tag in Lübben“ auf der Website und bei der TMB), u. a. Paul-Gerhardt (Zentrum) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketing verbessern</li> <li>▪ Potenziale besser ausschöpfen</li> </ul> </li> </ul>
10.4	<b>Erhalt der Lübbener Traditionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ An-/Einbinden der verschiedenen Ortsteile <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tradition mit Gästen leben und dadurch erhalten</li> <li>▪ neue Angebote schaffen bzw. bestehende Angebote verknüpfen, bspw.: Zampern, Fastnacht</li> </ul> </li> </ul>

## 6.2.5 Handlungsfeld 4: Qualitätsansätze und Serviceorientierung weiterverfolgen und ausbauen

Abb. 35 Maßnahmenbereich 11: Sicherung und Fortsetzung der (Service)Qualität

Maßnahmenbereich 11: Sicherung und Fortsetzung der (Service)Qualität		
Priorität:	hoch	
Verantwortung:	TKS	
Partner:	Ansprechpartner Q-Stadt	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
11.1	<b>Förderung des Beschwerdemanagements</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Etablierung eines Online-Beschwerdemanagements für Gäste, zentrale Auswertung der Ergebnisse und Monitoring von externen Bewertungsplattformen</li> <li>■ Weiterführung der Klassifizierungs-Aktivitäten (in Kombination mit Online-Bewertungen und Vertriebsportalen)</li> </ul>
11.2	<b>Umsetzung qualifizierender Maßnahmen aus der Branche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Überwachung der gängigen Bewertungsportale (bspw. Booking.com für Unternehmensebetriebe, Google Maps und Tripadvisor etc. für alle Gastgeber) und Reaktion</li> <li>■ Sicherung bzw. Intensivierung der Online-Sichtbarkeit, bspw. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Webpräsenz mit ansprechenden, aussagekräftigen Bildern von Unterkünften</li> <li>▪ Gewährleistung der Online-Buchbarkeit der jeweiligen Unterkünfte über ein eigenes oder externe (booking.com, Fewo direkt etc.) Buchungssysteme</li> <li>▪ Online-Verfügbarkeit der Speisekarten</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ermöglichung bargeldloser Bezahlung (bspw. Kartenzahlung, paypal-Zahlung)</li> <li>■ Angebotserweiterung in der Gastronomie, u. a.             <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Speisen und Spezialisierung der Region</li> <li>▫ Berücksichtigung spezieller Bedarfe in der Gastronomie: Vegetarier, Veganer, Allergiker, Kinder</li> <li>▫ Erweiterung der Angebote im Bereich der Erlebnisgastronomie</li> </ul> </li> <li>■ Anwendung aktueller Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmen (Fokus energieeffiziente Maßnahmen, Ressourcenschonung, Regionalität, fairer Umgang mit Mitarbeitern, faire Bezahlung)</li> </ul>
11.3	<b>Unterstützende Aktivitäten zur Sicherung und Verbesserung der Qualität der Gastgeber in Beherbergung und Gastronomie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Überzeugungsarbeit und Motivation zur Beteiligung weiterer Unternehmen und Gewerbetreibender zur Teilnahme an Zertifizierungs- und Klassifizierungsprogrammen (insb. thematische Siegel wie Bett+Bike, ServiceQualität Deutschland, Nachhaltigkeitslabels (vgl. Zielgruppe LOHAS), Unterkunfts-Klassifizierungen)</li> <li>■ aktive Sensibilisierung der Leistungsträger für das Thema „Online-Kompetenz“</li> <li>■ Sensibilisierung, Information und Schaffung von Weiterbildungsangeboten für Anbieter (insb. für Privatvermieter)             <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ in Kooperation mit Partnern wie Tourismusverband Spreewald, TMB Tourismus Marketing Brandenburg, IHK, DEHOGA</li> </ul> </li> <li>■ Mobilisierung der touristischen Leistungsträger für ein stärkeres überbetriebliches Engagement der Tourismuswirtschaft</li> </ul>

Abb. 36 Maßnahmenbereich 12: Setzen neuer Qualitätsmaßstäbe (nachhaltig und werteorientiert)

<b>Maßnahmenbereich 12: Setzen neuer Qualitätsmaßstäbe (nachhaltig und werteorientiert)</b>		
Priorität:	hoch	
Verantwortung:	Stadt Lübben, TKS	
Partner:	touristische Leistungsträger	
Nr.	Maßnahme	Ansatzpunkte
12.1	<b>Erhalt des Status der Qualitätsstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Festlegung weiterer notwendiger Planungen für die nächsten Jahre</li> <li>■ Ableitung von Maßnahmen aus stetigen Treffen und Befragungen</li> </ul>

12.2	<b>Fachkräftemangel gegensteuern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Umsetzung der vielfältigen Qualitätsmaßnahmen</li> <li>■ Anschluss an Initiativen zur Fachkräftesicherung und -suche</li> <li>■ Zusammenarbeit mit Partnern für eine Fachkräfteinformation, bspw. Hochschulen, Kammern</li> <li>■ Kampagnen, die von der Stadtverwaltung laufen, verknüpfen; bspw. #Lübbenliebtlich #Lübbenverbindet</li> <li>■ Berufe in der Region vorstellen über eine gemeinsame Website oder im Rahmen einer Ausbildungswoche in Lübben</li> <li>■ Anwerbung ausländischer Fachkräfte <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suche von Partnern, bspw. IHK</li> <li>▪ Herausforderung: Wohnungen bereitstellen für Azubis und Mitarbeiter</li> </ul> </li> <li>■ Einbeziehen der Jugend in Lübben in Form von Projekttagen in der Schule (Vorstellung von Alumnis bzw. Einwohnerinnen der Stadt)</li> <li>■ Einführung einer Fachkräftekampagne, die sich an potenzielle Rückkehrer richtet, die aus Lübben bzw. dem Spreewald stammen, aber derzeit außerhalb der Region leben; Ziel ist es, ehemalige Bürger zu motivieren, in die Heimat zurückzukehren</li> </ul>
12.3	<b>Weitere Umsetzungen zur Förderung der Barrierefreiheit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ermittlung der Erfolge der bisherigen Arbeit in Bezug auf Barrierefreiheit, Überprüfung der bestehenden touristischen Angebote und notwendiger Anpassungen und weiteren Handlungsbedarfen</li> <li>■ Sensibilisierung der touristischen Akteure zum Thema Barrierefrei</li> <li>■ Ausbau der Aktivitäten im Bereich Barrierefreiheit, bspw.: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angebote für Rollstuhlfahrer, Gehörlose und Sehbehinderte (u. a. Stadtführungen)</li> <li>▪ barrierefreie Website (bspw. Vorlesefunktion, große Schrift)</li> <li>▪ Aktualisierung der Zertifizierung im Rahmen der Kampagne „Brandenburg für Alle“ (Barrierefrei)</li> </ul> </li> </ul>
12.4	<b>Prüfung der Erhöhung der Kurtaxe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aufbereitung der Vorteile und Handlungsschritte zur Abwägung der Umsetzbarkeit</li> <li>■ Einholung von Erfahrungswerten weiterer Erholungsorte mit zweckgebundenen Abgaben im Spreewald, die bei der Erhöhung bereits mitgemacht haben</li> <li>■ Sensibilisierung der Gastgeber, frühzeitige und laufende Einbindung aller Beteiligten (Leistungsanbieter, Gewerbe)</li> </ul>

### 6.3 Umsetzungsfahrplan

Bei der Umsetzung der meisten Maßnahmen sind die Stadt Lübben und die TKS auf den Willen und die Unterstützung anderer angewiesen und fungieren selbst vorrangig als Impulsgeber.

Als wichtige Aufgaben der Umsetzungsplanung kann die Legitimierung des Konzeptes sowie die Umsetzungsbegleitung gesehen werden. Bei allen nachfolgenden Aufgaben sind die Stadt Lübben und die TKS wesentliche Koordinatoren, die bedarfsgerecht weitere Partner einbinden.

Abb. 37 Übergeordnete Aufgaben und nächste Schritte zur Umsetzung des Konzeptes

Aufgabe	Weitergehende Informationen und Zuständigkeiten
<b>Beschluss/Kenn- t- n- is- na- h- me der Er- h- ol- un- gs- ort- ent- wick- lung- s- kon- zep- tion zur poli- tischen Legi- timie- rung und Rez- er- tizie- rung als Er- h- ol- un- gs- ort</b>	Teilschritte <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vorbereitung einer Beschlussvorlage</li> <li>■ Präsentation und Beschluss in der Stadtverordnetenversammlung</li> </ul>
<b>Implementierung eines Umsetzungs- managements für die Erholungs- ort- ent- wick- lung- s- kon- zep- tion</b>	Teilschritte <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Klärung einer <b>Verantwortlichkeit für die Koordinierung</b> der Umsetzung (bei Bedarf kann eine Steuerungsgruppe zur regelmäßigen Reflektion der Umsetzungen gegründet werden)</li> <li>■ Erarbeitung und Etablierung eines <b>detaillierten, internen Fahrplans</b> für die kontinuierliche Umsetzung der Erholungs-ortentwicklungskonzeption bspw. <b>in Zwei-Jahres-Scheiben</b> (Ziel: Herunterbrechen der vielen Maßnahmen auf handhabbare Schritte zur Umsetzung und Einbringung von Projekten von Partnern), inkl. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswahl der Projekte nach Priorität und Umsetzbarkeit</li> <li>▪ Abschätzung und Konkretisierung der Verteilung der inhaltlichen Arbeit über Verantwortliche und Partner</li> </ul> </li> </ul>
<b>Umsetzung der Er- h- ol- un- gs- ort- ent- wick- lung- s- kon- zep- tion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ aktive Steuerung, Koordinierung und Initiierung der touristischen Prozesse durch die Stadt Lübben (fachbereichsübergreifend) und die TKS</li> <li>■ regelmäßige Überprüfung der Maßnahmen nach Stand der Umsetzung und Aktualität</li> </ul>

## 7 Quellenverzeichnis

### Konzepte, Studien, Statistiken, Marktforschungsdaten

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2023). Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer etc. für Lübben
- Bescheid Überprüfung Anerkennungsvoraussetzungen 2009, 2014
- complan Kommunalberatung (2015). Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Lübben (Spreewald)
- dwif (2017). Freizeit- und Erholungsstandort Lübben 2026: Neue Strukturen, Angebote, Impulse - Organisations- und Entwicklungskonzept
- dwif (2020). Zwischenevaluierung des Organisations- und Entwicklungskonzeptes für den Freizeit- und Erholungsstandort Lübben
- Hydroisotop GmbH (2023). Kurortwissenschaftliche Beurteilung der Luftqualität im Zusammenhang mit der Reprädikatisierung von Lübben (Spreewald)/Lubin (Blota) als staatlich anerkannter Erholungsort gemäß Brandenburgischem Kurortgesetz (Bbg-KOG).
- IFH Köln (2018). Vitale Innenstädte – Auswertungsergebnisse für Lübben (Spreewald)
- Nagler & Partner (2016). Lübben Barrierefrei – Integriertes Fuß- und Radwegekonzept
- seecon Ingenieure GmbH (2013). Kommunales Klimaschutzkonzept Lübben
- Stadt Lübben (2018a). Integriertes Stadtentwicklungskonzept – Strategie Lübben (Spreewald) 2030
- Stadt Lübben (2018b). Lärmaktionsplan Stufe 3
- Sachstandsberichte Erholungsort 2017, 2019 & 2021
- GLC Glücksburg Consulting AG (2018). Broschüre Spreewald Qualitätsregion. Hrsg. Tourismusverband Spreewald

### Online-Quellen

- Website Lübben: <https://www.luebben.de/stadt-luebben/de/>
- Instagram- und Facebook-Kanal Lübben
- MVZ Spreewald (2024). Willkommen bei mvz spreewald in Lübben. <https://www.mvz-spreewald.de/Aktuelles/Willkommen-beim-mvz-spreewald-in-Luebben.html> (Abgerufen am 08.01.2024)
- Websites von Zertifizierungen/Qualifizierungen: Bett&Bike, Wanderbares Deutschland, ServiceQ, Deutsche Hotelklassifizierung der DEHOGA
- Websites von Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeit Anbietern

### Karten

- Öffentliche Parkplätze: <https://www.luebben.de/stadt-luebben/de/buergerservice/aktuelles/oeffentliche-parkflaechen/l22-luebben-lageplan-parken-plakat.png?cid=mts.2jxm&resize=ed0d6e%3A380x>
- OpenStreetMap Karten für ÖPNV, Straßen, Rad- und Wanderwege