

TOURISMUSKONZEPT FÜR DIE INNOVATIVE UND NACHHALTIGE INWERTSETZUNG DER STÄDTISCHEN BESONDERHEITEN

Stadt Boizenburg/Elbe



ÜBERBLICK

01 Einführung

- Aufgabenstellung und Zielsetzung
- Inhalte und Ablauf
- Beteiligte Akteursgruppen
- Analysebausteine

02 Analyse

- Historisches Stadtbild
- Museen
- Kulturangebote und Veranstaltungen
- Radwegenetz und Fahrradtourismus
- Wandern
- Wassererlebnis
- Naturerlebnisangebote
- Tourismusmanagement und Marketing
- Übergreifende Konzeptionen
- Relevante touristische Trends für Boizenburg/Elbe
- SWOT



ÜBERBLICK

03 Konzeption

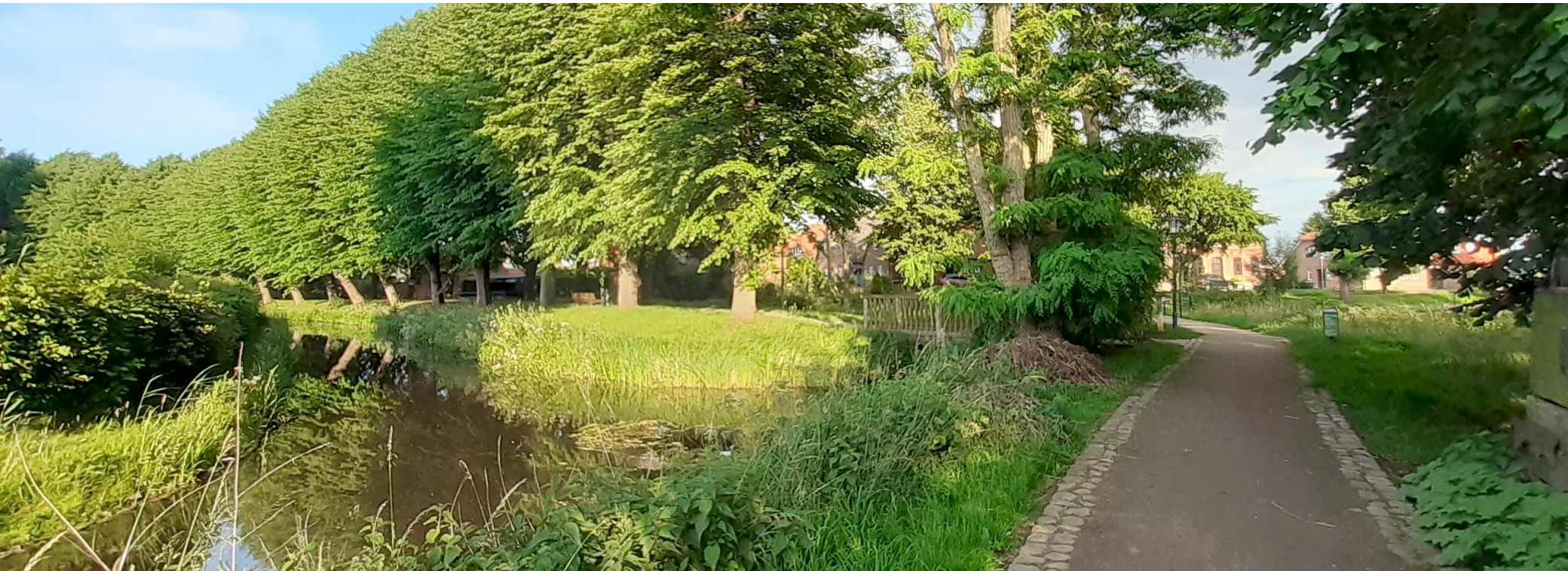
- Strategische Ausrichtung
- Positionierungsstrategie
- Touristisches Zielsystem
- Zielgruppen
- Maßnahmenpakete
- Kooperationen

04 Vermarktung & Kommunikation

- Kommunikationsstrategie
- Vertriebskanäle
- Marketingmaterialien
- Unterstützung Leistungsträger
- Qualitätsinitiative Online-Marketing
- Hinweise Corporate Identity / Branding
- Quick Wins



1 Einführung



Aufgabenstellung und Zielsetzung

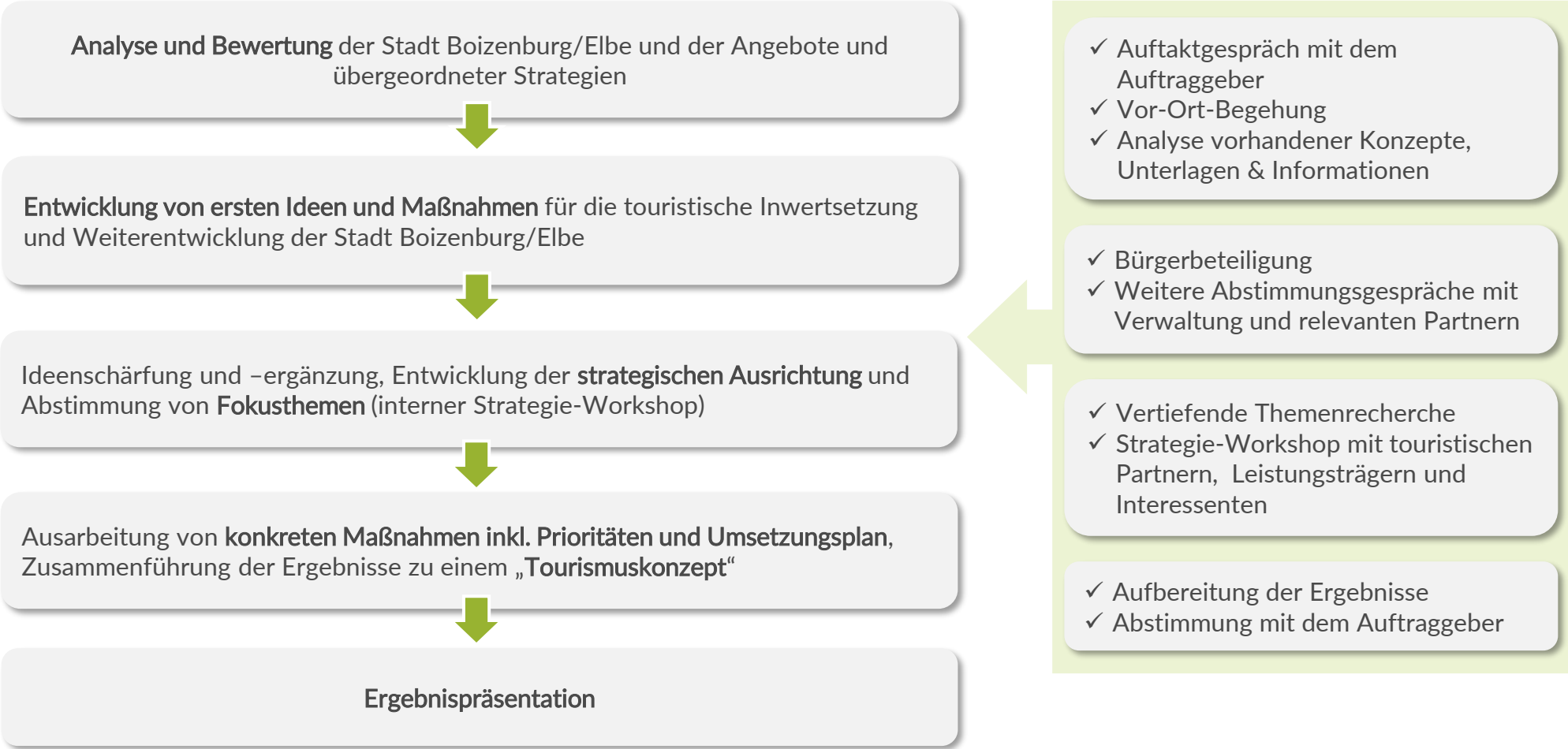
Für die Stadt Boizenburg/Elbe soll ein Tourismuskonzept erarbeitet werden, welches die touristischen Besonderheiten und Anziehungspunkte der Stadt innovativ in Wert setzt und zukünftig gezielt in den Fokus rückt. Ziel ist es, ein Gesamterlebnis für Gäste zu schaffen, die Attraktivität der Stadt Boizenburgs/Elbe sichtbar zu steigern und daraus wirtschaftliche, soziale und kulturelle Vorteile für die Stadt und Region zu schaffen.

Die konzeptionelle Grundlage bilden eine fundierte Bestandsanalyse, eine Analyse relevanter touristische Trends sowie die Leitlinien der übergreifenden touristischen Akteure. Die Ergebnisse werden in Form einer SWOT zusammengefasst.

Darauf aufbauend werden kreative Lösungsansätze und vermarktungsfähige Maßnahmen entwickelt, priorisiert und mit Blick auf die spätere Umsetzung ausgearbeitet. Der Prozess erfolgte in enger Abstimmung mit der Stadt Boizenburg/Elbe und regionaler Akteur:innen, Bürger:innen und Interessierter.

Das Tourismuskonzept für die Stadt Boizenburg/Elbe und die darin enthaltenen Maßnahmen leisten einen Beitrag dazu, mehr Gäste zu gewinnen und die Aufenthaltsdauer zu verlängern. Das Tourismuskonzept unterstützt die Ansprache neuer Zielgruppen durch passgenaue Angebote, fördert Wertschöpfung in Handel, Hotellerie und Gastronomie und trägt zur Sicherung von Arbeitsplätzen im Tourismussektor bei. Gleichzeitig stärkt es den sozialen Zusammenhalt, schärft die kulturelle Identität und bildet eine tragfähige Grundlage für künftige tourismuspolitische Entscheidungen sowie die Einwerbung von Fördermitteln.

Inhalte und Ablauf



Beteiligte Akteursgruppen

Übergreifende Tourismusorganisation und kommunale Vertreter

- Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin
- Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe M.-V.
- Ausschuss Wirtschaft, Tourismus und Kultur
- Bürgervorsteher
- Fraktionsvorsitzende
- Stadtverwaltung



Beteiligte Akteursgruppen

Vereine und Organisationen

- Stadtparkfreunde
- Bootssportverein
- Stadtführer
- Klimawerkstatt
- Träger- und Förderverein Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boizenburg e.V.

Gastronomie, Beherbergung und Anbieter

- Café Abrakadabra
- Waldhotel
- Herrschaftszeiten
- Ferienhaus Kleinod
- Hotel Boizenburger Hof
- Elbe-Buchhandlung

Analysebausteine

In die Analyse wurde Folgendes mit einbezogen:

- Auftaktgespräch Stadt Boizenburg/Elbe
- Vor-Ort-Begehung
- Workshopergebnisse (Bürgerbeteiligung, Strategieworkshop)
- Vorhandene Unterlagen:
 - Wirtschaftsfaktor Tourismus für Mecklenburg-Vorpommern (Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit, 2023)
 - Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern (Benchmark Services, 2022/2023)
 - Strategie für lokale Entwicklung 2023-2027 (Lokale Aktionsgruppe „SüdWestMecklenburg“, 2023)
 - Regionale Tourismusstrategie Mecklenburg-Schwerin (Project M, 2021)
 - Boizenburg – unglaublich real. Eine kulturwissenschaftliche Studie (Institut für Stadt- und Kulturräumforschung, Leuphana Universität, 2020)
 - Interregionales Tourismuskonzept „S³“ – Se(h)en – Shopping – Spaß (Project M, 2018)
 - Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) 2. Fortschreibung (Wirmes – Stadt- und Regionalentwicklung, 2016)

2 Analyse der touristischen Besonderheiten und Anziehungspunkte



Analyse der touristischen Besonderheiten und Anziehungspunkte

Im Rahmen des vorliegenden Tourismuskonzeptes wurden die touristischen Besonderheiten und Anziehungspunkte der Stadt Boizenburg/Elbe umfassend analysiert. Grundlage dieser Analyse waren eine Vor-Ort-Begehung, Gespräche mit dem Auftraggeber sowie die Ergebnisse der Bürgerbeteiligung.

Es wurden zentrale Orte, Angebote und Themen identifiziert, die aus Sicht der Verfasserinnen touristisch besonders relevant sind. Neben der aktuellen touristischen Bedeutung der einzelnen Elemente wurde vor allem ihr zukünftiges Potenzial betrachtet. Dabei flossen aktuelle touristische Trends, eine Konkurrenzanalyse sowie Zielgruppenanforderungen in die Bewertung ein.

Neben den touristischen Besonderheiten und Anziehungspunkten wurden zudem das aktuelle Tourismusmanagement und Kommunikation sowie relevante übergreifende Tourismusstrategien untersucht.

Die gewonnenen Erkenntnisse werden auf den folgenden Seiten dargestellt und abschließend in Form einer SWOT-Analyse zusammengefasst.

Touristische Besonderheiten und Anziehungspunkte der Stadt Boizenburg/Elbe:

- Historisches Stadtbild mit Wallanlagen und Hafen
- Museen (insb. Erstes Deutsches Fliesenmuseum, Heimatmuseum)
- Kulturangebote und Veranstaltungen
- Radwegenetz und Fahrradtourismus
- Wandern
- Wassererlebnis
- Weitere Naturerlebnisangebote (insb. Weidenschneck, Stadtpark, Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe M.-V. mit Freiluftausstellung EinFlussReich, Elwkieker)

Historisches Stadtbild mit Wallanlage und Hafen

Das historische Stadtbild von Boizenburg/Elbe mit seiner Wallanlage, Wasserläufen, historischem Rathaus usw. trägt maßgeblich zum besonderen Flair der Stadt bei. Der Marktplatz mit dem Rathaus und der dort ansässigen Gastronomie bilden den Ankerpunkt der Innenstadt. Die Wege im gesamten Stadtbereich sind kurz, die beiden Museen, das Kino und auch der Wall sind nur wenige Meter vom Marktplatz entfernt. Eine wichtige Besonderheit sind die bereits in der Stadt vorhandenen Fliesenbilder, die sich über den kompletten Stadtkern erstrecken. Durch die kurzen Wege, begleitende Gastronomie und das schöne Stadtensemble lädt die Innenstadt bereits heute zum Verweilen ein. Allerdings fehlt es aktuell an einer Verknüpfung der Angebote, sowohl inhaltlich als auch räumlich.

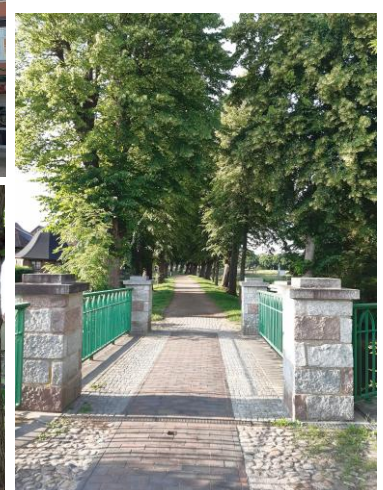
Die Wallanlage umfasst den gesamten nördlichen und östlichen Teil der Innenstadt und lädt mit ihren zahlreichen Brücken, dem Altendorfer und Fitzenteich zu einem kleinen Spaziergang ein. Südlich schließt sich der Schacksgraben und dann der Weidenschneck an. So ergeben sich zwei attraktive Verbindungen zwischen Innenstadt und Hafen (durch die Innenstadt bzw. über den Wall und Schacksgraben). Allerdings fehlt gerade an der Wallanlage das touristische Highlight, welches die Aufmerksamkeit der Besucher:innen auf sich zieht. Zudem sind die Wegbeziehungen zwischen den Angeboten (z.B. Innenstadtbereich mit Rathaus und Gastronomie – Wall – Hafen) für Gäste nicht ausreichend klar.

Der Wall-Pavillon nahe dem ehemaligen Postamt ist ein charmantes Kleinod. Hier muss zukünftig ein Zugang und eine Nutzung geschaffen werden, um das Potenzial zu nutzen und damit einen Besuchspunkt direkt am Wall zu schaffen. Dadurch kann auch der Wall mehr in den Fokus der Besuchenden rücken.

Der Hafen bildet neben dem Innenstadtbereich den zweiten größeren Aufenthaltsbereich der Stadt Boizenburg/Elbe. Hier liegt das Kulturschiff, die Minna, vor Anker. Zudem befindet sich hier der Wohnmobilstellplatz, eine Slip-Anlage und gegenüber der Weidenschneck. Der Hafen vereint einige wichtige touristische Angebote, bietet aber aktuell wenig Aufenthaltsqualität. Der Elberadweg führt aktuell direkt am Hafen vorbei. Zukünftig sollte das Hafenareal aufgewertet und stärker bespielt werden, um die vorhandenen Angebote mehr in den Vordergrund zu rücken und, neben dem Innenstadtbereich, einen zweiten attraktiven Verweilort zu schaffen.

Im Vergleich zu anderen Städten in der Region wie Lauenburg oder Dömitz ist Boizenburg/Elbe wesentlich weniger bekannt und steht in einem starken Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Umso wichtiger ist es, ein starkes Profil zu schaffen, welches das Stadtbild und das historische Ambiente stärker inszeniert und gleichzeitig die Aufenthaltsqualität sowohl im Innenstadtbereich als auch am Hafen erhöht. Zudem gilt es, die verschiedenen Angebote räumlich und thematisch besser miteinander zu verknüpfen.

Historisches Stadtbild mit Wallanlage und Hafen



Museen I

Boizenburg/Elbe verfügt mit dem Heimatmuseum und dem Ersten Deutschen Fliesenmuseum über zwei Kultur-einrichtungen, die für eine Stadt dieser Größe eine Besonderheit sind. Beide Museen sind Dienstag bis Sonntag geöffnet und bieten somit gute Öffnungszeiten für Gäste. Allerdings ist die tatsächliche Nutzung für Gäste im Heimat-museum zum Teil eingeschränkt, da die Öffnungszeiten aufgrund fehlender personeller Kapazitäten nicht immer zuverlässig gehalten werden können.

Beide Museen bieten regelmäßige Sonderausstellungen an und haben ein ergänzendes Führungsangebot. Das Erste Deutsche Fliesenmuseum bietet zusätzlich eine Audio-Tour an.

Das Fliesenmuseum wird über den Trägerverein „Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boizenburg e.V.“ betrieben, was eine große lokale Identifikation und ehrenamtliches Engagement widerspiegelt. Durch seine Einzigartigkeit in Deutschland besitzt das Fliesenmuseum ein hohes touristisches Potenzial und passt hervorragend zur bestehenden und zukünftigen touristischen Positionierung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ (siehe Konzeption).

Die Besucherzahlen beider Museen liegen mit 1.625 Besucher:innen (Fliesenmuseum 2024) und 2.413 Besucher:innen (Heimatmuseum 2024) im durchschnittlichen Bereich kleiner Museen in Deutschland und zeigen, dass trotz begrenzter Ressourcen ein stabiles Grundinteresse vorhanden ist.

Analyseergebnis:

Mit einer stärkeren Erlebnis- und Zielgruppenorientierung etwa durch digitale Elemente, interaktive Stationen und niederschwellige Mitmachangebote lässt sich dieses Potenzial weiter ausbauen, sofern die neuen Angebote zielgerichtet kommuniziert und vermarktet werden. Insbesondere das Fliesenmuseum kann so zu einem echten touristischen Ankerpunkt für die Stadt Boizenburg/Elbe werden.

Für die zukünftige Entwicklung ist es jedoch entscheidend, die personelle Situation kritisch zu prüfen. Das Fliesenmuseum arbeitet derzeit größtenteils ehrenamtlich, auch die personelle Abdeckung unter der Woche kann nicht langfristig garantiert werden. Im Heimatmuseum gibt es immer wieder Engpässe bei der Personalverfügbarkeit. In Zeiten knapper kommunaler Kassen muss es außerdem das Ziel sein die vorhandenen Ressourcen so effizient wie möglich einzusetzen. Um die Zukunftsfähigkeit der beiden Museen sicherzustellen, muss geprüft werden, wie der Betrieb langfristig gesichert werden kann.

Museen II

Das Elbbergmuseum erinnert an das KZ-Außenlager Boizenburg/Elbe und ist damit ein wichtiger Ort der Erinnerungskultur. Aktuell ist das Museum aufgrund eines Erdrutsches geschlossen, nur eine kleine Außen-Ausstellung ist zugänglich. Diese ist jedoch inhaltlich wie gestalterisch wenig attraktiv und entspricht nicht den heutigen Standards der Gedenkstättenpädagogik.

Analyseergebnis:

Das Elbbergmuseum ist weniger ein touristischer Frequenzbringer, sondern ein identitätsstiftendes und bildungspolitisch relevantes Projekt. Es erfüllt einen wichtigen gesellschaftlichen Auftrag als Ort des Lernens und der Auseinandersetzung mit der Geschichte. Die Priorität sollte daher auf einer qualitativen Weiterentwicklung und langfristigen Sicherung des Museums liegen, nicht auf maximaler Besucherzahl.



Kulturangebote und Veranstaltungen

Das Kulturangebot in Boizenburg/Elbe ist für eine Kleinstadt außergewöhnlich vielfältig und wird maßgeblich durch ein starkes bürgerschaftliches Engagement getragen:

- Kino Boizenburg/Elbe (ausgezeichnetes Jahresprogramm)
- Minna (schwimmende Kleinkunst- und Konzertbühne, inkl. Winterquartier)
- Weidenschneck als Freiluftbühne
- HafenSommer und Hafenfest



Analyseergebnis:

Das Kulturleben ist eine große Stärke von Boizenburg/Elbe und trägt maßgeblich zur Wohlfühlatmosphäre in der Stadt bei. Aktuell richtet sich ein Großteil der Veranstaltungen und Angebote überwiegend an die lokale Bevölkerung.

Das Kulturangebot kann zukünftig aber zu einem Frequenzbringer für Boizenburg werden. Um das Potenzial voll auszuschöpfen, sollten ausgewählte Veranstaltungen und Kulturformate stärker auf touristische Zielgruppen ausgerichtet und entsprechend vermarktet werden. Besondere Formate wie das Kulturschiff Minna oder die Kulisse des Weidenschnecks bieten sich an, um attraktive Reihen oder Events, auch für Gäste zu entwickeln. Dadurch kann sich Boizenburg/Elbe als lebendiger Kulturort profilieren.

Wichtig ist zudem, die bestehenden Strukturen zu stärken und das hohe ehrenamtliche Engagement langfristig abzusichern. Wo möglich, sollten organisatorische und koordinierende Aufgaben so unterstützt werden, dass die Qualität des Angebots erhalten bleibt und eine Überlastung der Ehrenamtlichen vermieden wird.

Radwegenetz & Fahrradtourismus I

Boizenburg/Elbe liegt an mehreren überregionalen und regionalen Radwegen (Karte siehe folgende Seite):

- Elberadweg (1.300 km) – der Elberadweg führt vom tschechischen Riesengebirge bis zur Nordsee bei Cuxhaven. Es gibt eine links- und eine rechtselbische Route im Bereich Boizenburg/Elbe, wobei nur die rechtselbische Route direkten Anschluss an Boizenburg/Elbe hat.
- Elbetal-Schaalsee-Rundweg (397 km) – der Rundweg führt durch das Gebiet der ehemaligen innerdeutschen Grenze und verspricht unvergessliche Natur- und Geschichtserlebnisse. Boizenburg/Elbe ist empfohlener Übernachtungsort.
- Von Boizenburg/Elbe ausgehend gibt es weitere regionale Radrouten, Übersichtskarten sind in der Stadtinformation erhältlich:
 - ElbeVeloTour (45 km)
 - Sudeniederung und die Teldau (Tour 18) (31 km)
 - Genussradeln (55 km)
 - Dorf(Er)Leben (45 bzw. 14 km)

Zusätzlich gibt es weitere Angebote für Radfahrer:innen:

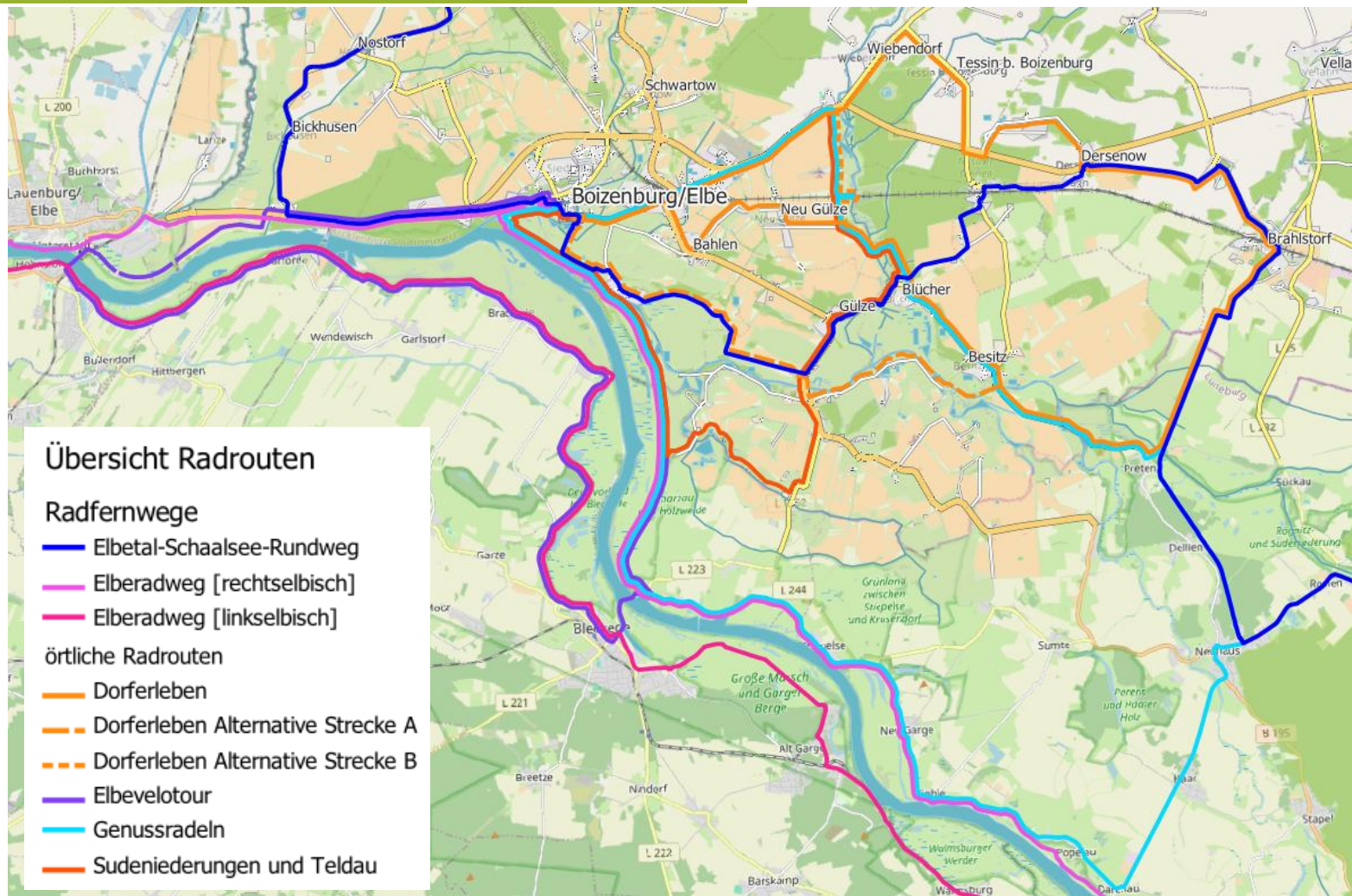
- Kostenfreie Fahrradboxen an der Stadtinformation sowie Fahrradboxen am Hafen
- Mehrere Fahrradreparaturstationen in der Stadt

Analyseergebnis:

Durch die Lage am Elberadweg sowie am Elbetal-Schaalsee-Rundweg ist Boizenburg/Elbe prinzipiell an das überregionale Radnetz angeschlossen. Allerdings führt der Elberadweg (rechtselbisch) aktuell nicht durch die Innenstadt von Boizenburg/Elbe. Zukünftig sollte angestrebt werden, die Radfahrer:innen des Elberadwegs nicht nur zum Hafen, sondern auch durch den Innenstadtbereich zu führen. Dadurch wird Boizenburg verstärkt als Rast- oder Etappenort wahrgenommen und die touristische Wertschöpfung vor Ort gesteigert.

Neben den Fernradwegen weist Boizenburg/Elbe auch ein attraktives Angebot an regionalen Rundtouren auf, deren Potenzial bislang jedoch kaum ausgeschöpft wird. Die Beschilderung, Erlebnisinszenierung und digitale Sichtbarkeit sind ausbaufähig. Mit einer zielgruppenorientierten Aufbereitung, z.B. einer familienfreundlichen Gestaltung der Dorf(Er)Leben-Tour oder genussorientierten Erweiterung für aktive Genießer - kann das Angebot deutlich an Attraktivität gewinnen und Gäste für einen längeren Aufenthalt oder zu einem Kurzurlaub motivieren. Eine digitale Auffindbarkeit auf der eigenen Website und den gängigen Tourenportalen (inkl. gpx-tracks) ist ebenfalls entscheidend.

Radwegenetz & Fahrradtourismus II



Wandern I

In der Region Boizenburg/Elbe gibt es nur wenige Wanderangebote: Fernwanderwege führen keine durch Boizenburg/Elbe, bei den örtlichen Rundwegen gibt es nur kurze Erlebniswege sowie die Entdeckertouren (Karte siehe folgende Seite):

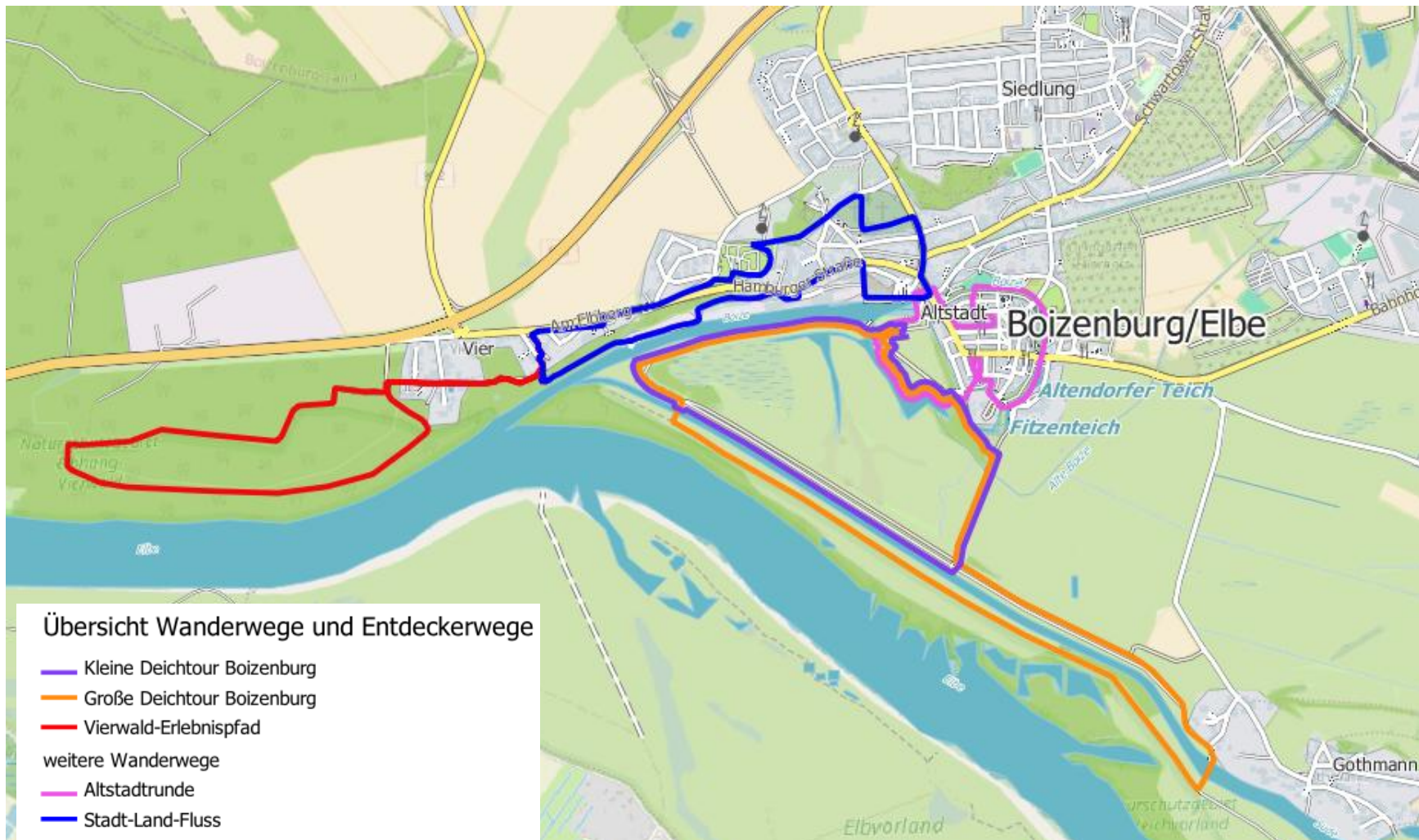
- Unterwegs am Grünen Band im Vierwald (Vierwald-Erlebnispfad) (5 km), Biosphärenreservat Schaalsee-Elbe
- Entdeckertouren: Die Flyer zu den Entdeckertouren sind in der Stadtinformation erhältlich. Außerdem gibt es eine EntdeckerRouten-App mit zahlreichen Informationen und Audiodateien.
 - FliesenEntdeckertour (Stadtrallye)
 - Die Altstadttrunde (2,6 km)
 - Stadt – Land – Fluss (4,5 km)
 - Deichtour groß und klein (4,0 km)
 - Vor 100 Jahren in Boizenburg/Elbe – Altstadt Edition

Analyseergebnis:

Das Wanderangebot in Boizenburg/Elbe ist derzeit noch wenig ausgereift. Es bestehen zwar mehrere kurze Spaziertouren, jedoch fehlen attraktive Halb- und Tagestouren, die für Gäste klar erkennbar und einfach auffindbar sind. Ähnlich wie im Bereich Rad fehlt es auch beim Wandern an Beschilderung, digitaler Sichtbarkeit und einer erlebnisorientierten Inszenierung, die Gäste anspricht und für Boizenburg/Elbe begeistert.

Der Vierwald-Erlebnispfad zeigt bereits, welches Potenzial insbesondere für Familien besteht, wenn Routen gezielt entwickelt und inszeniert werden. Um Wandern als eigenständiges Aktivthema neben dem Radfahren zu etablieren, sollten daher zukünftig auch längere Touren, eine bessere Ausschilderung und eine zielgruppenorientierte Aufbereitung geschaffen werden.

Wandern II



Wassererlebnis

Wasser prägt das Stadtbild von Boizenburg/Elbe sichtbar – vom Hafen über die Wasserläufe entlang des Walls bis hin zur Sude und Elbe. Das Thema Wasser ist auch für die Bürger:innen von Boizenburg ein wichtiges Identifikationsmerkmal.

Von touristischer Relevanz sind im Bereich Wassererlebnis folgende Angebote:

- Binnenhafen Boizenburg/Elbe inkl. kleine Slip-Anlage
- Gästeplätze für Sportboote im Hafen Boizenburg/Elbe
- Personenschiffahrt im Hafen Boizenburg/Elbe, Rundtouren



Analyseergebnis:

Das Thema Wasser spielt im touristischen Profil von Boizenburg/Elbe eine wichtige Rolle. Der Hafen, die Nähe zwischen Innenstadt und Wasser sowie die Wasserläufe entlang des Walls prägen das Stadtbild und schaffen eine besondere Atmosphäre. Wasser sollte daher auch zukünftig ein Bestandteil des touristischen Angebots bleiben.

Gleichzeitig wird das touristische Potenzial des Themas im Vergleich zu anderen Orten in der Region geringer eingeschätzt. Die Zugänge zum Wasser sind weniger offensichtlich und die Nutzungsmöglichkeiten durch die Lage im Biosphärenreservat nur begrenzt ausbaubar. Zudem besteht eine starke Konkurrenz durch Nachbarorte wie Lauenburg mit der Elbuferpromenade oder dem nahegelegenen Schalsee die für das Thema Wassererlebnis deutlich profiliert sind.

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, die bestehenden Angebote zu sichern, wo möglich neue Zugänge zu schaffen und das Thema Wasser als Atmosphäreträger und ergänzendes Element des touristischen Profils zu verstehen – jedoch nicht als zentrales Alleinstellungsmerkmal.

Naturerlebnisangebote

Boizenburg verfügt über eine Vielzahl an kleineren Naturerlebnisorten:

- Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe M.-V. mit Freiluftausstellung EinFlussReich
- Elwkieker
- Vierwald-Erlebnispfad
- Weidenschneck am Hafen
- Stadtpark

Analyseergebnis:

Die Naturerlebnisangebote bieten in ihrer Gesamtheit eine gute Qualität, sind aber bisher nicht ausreichend touristisch vernetzt und inszeniert. Besonders hervorzuheben ist die Lage im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe M.-V. mit ihrem Verwaltungssitz im Ortsteil Vier. Dies bietet ideale Voraussetzungen für Kooperationen. Die Freiluftausstellung EinFlussReich soll in den kommenden Jahren aktualisiert werden – hier bietet sich die Chance die Inhalte optimal auf Familien mit Kindern abzustimmen und mit benachbarten Angeboten wie dem Elwkieker und dem Vierwald-Erlebnispfad zu kombinieren.

Eine besondere Attraktion ist der Weidenschneck am Hafen, ein einzigartiges LandArt Projekt, das optimal zur touristischen Ausrichtung „Kunst und Natur“ des Landkreises passt. Aktuell ist er jedoch in einem schlechten Zustand und wird wenig genutzt, soll aber bis Ende 2025 ausgebessert werden.

Die einzelnen Naturerlebnisse sind für sich genommen zu klein, um als eigenständige Besuchsanlässe zu fungieren, entfalten aber in Kombination ein touristisches Potenzial. Sie sollten zukünftig räumlich besser miteinander verknüpft und thematisch inszeniert werden, um Besucher:innen gezielt an diese Orte zu führen. Eine einheitliche, ansprechende Begleitinszenierung sowie digitale und analoge Informationsangebote können die Aufenthaltsqualität steigern und die Attraktivität dieser Orte für verschiedene Zielgruppen erhöhen.



Tourismusmanagement und Marketing

Die Stadt Boizenburg/Elbe verfügt mit einer Tourismusverantwortlichen und einer eigenen Stadtinformation über gute touristische Strukturen.

Die eingeschränkten personellen Ressourcen führen allerdings dazu, dass die Öffnungszeiten der Stadtinformation nicht immer verlässlich eingehalten werden können. In Zukunft können digitale Informationsangebote (z.B. Infoterminal) hier unterstützend wirken. Darüber hinaus wäre eine Kopplung der Stadtinformation mit anderen städtischen Angeboten sinnvoll, um Synergien zu schaffen und die Präsenz auszubauen.

Im Bereich der digitalen Kommunikation ist das touristische Angebot ausbaufähig. Die Stadt verfügt zwar über einen Tourismus-Unterpunkt auf der eigenen Website, die Inhalte sind aber schwer auffindbar und nicht zielgruppengerecht aufbereitet. Auch die Verknüpfung der lokalen Angebote mit der überregionalen Tourismusplattform des Tourismusverbandes Mecklenburg-Schwerin ist ausbaufähig.

Die Stadt Boizenburg/Elbe hat eine solide Grundlage im Tourismusmanagement, die es nun weiterzuentwickeln gilt. Ziel sollte es sein, die vorhandenen Strukturen zu stärken, digitale Informationsangebote auszubauen und die Vermarktung zu bündeln, damit Gäste schnell und übersichtlich auf alle relevanten Informationen zugreifen können.

Gleichzeitig gilt es vor allem, die bestehende Zusammenarbeit mit der überregionalen Tourismusorganisation noch besser zu nutzen (z.B. in der Außenkommunikation für lokale Gastronomie und Beherbergung), und eine klarere touristische Kommunikationsstrategie zu etablieren, um die Sichtbarkeit der Stadt zu erhöhen.

Übergreifende Konzeptionen I

Im Jahr 2021 hat der Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin eine regionale Entwicklungsstrategie mit einer Positionierung für die Region und Zielgruppen definiert.

Die Orientierung an der übergreifenden Strategie der Region sichert Boizenburg einen wichtigen Anschluss an touristische Vertriebskanäle (z.B. Themenrouten, Kampagnen), sichert Qualitätsstandards und bietet wichtige Zugänge für Fördermittel. Über die Anbindung an den Tourismusverband werden die lokalen und z.T. kleinteiligen Angebote gebündelt, besser auffindbar und wirkungsvoller vermarktet – Boizenburg/Elbe erhöht damit seine Sichtbarkeit maßgeblich.



Analyse der Tourismusstrategie:

- Boizenburg/Elbe kann die Themen des Tourismusverbandes Kunst in der Natur und Genuss Radfahren optimal bespielen und mit einer eigenen Identität (siehe Konzeption) sichtbar machen. Dadurch entsteht eine klare Positionierung – statt „alles ein bisschen“.
- Der Tourismusverband setzt in seiner Entwicklung auf Routen/Erlebnissräume, Edutainment und digitale Begleitung. Dies sollte in der touristischen Entwicklung von Boizenburg/Elbe aufgegriffen werden.
- Qualität vor Quantität: Die qualitative (Weiter-)Entwicklung von Angeboten steht immer vor dem quantitativen Ausbau.

Übergreifende Konzeptionen II

Analyse der Positionierungsstrategie:

Boizenburg/Elbe fügt sich gut in die Positionierungsstrategie des Tourismusverbandes ein:

- ProfiltHEMA „Kultur Genuss“ insbesondere Profilspitze „Kunst in der Natur“: Mit den Fliesenbildern im Stadtraum, dem Weidenschneck, Stadtpark etc. kann Boizenburg/Elbe die Profilspitze schon heute bedienen. Das Thema „Fliesen“ (siehe Konzeption) eignet sich gut, um die verschiedenen Naturerlebnisse in Hinblick auf die Profilspitze zu verbinden und inwertzusetzen.
- ProfiltHEMA „Natur Erlebnis“ insbesondere Profilspitze „Genuss-Radfahren“: Die Nähe zum Elberadweg und die vorhandenen regionalen Radwege zahlen direkt auf die Profilspitze ein. Zusätzliche Qualitätssteigerungen (z.B. Beschilderung, Inszenierung) können das Thema weiter voranbringen.
- ProfiltHEMA „Natur Erlebnis“ mit Profilspitze „Wassererlebnis“: Dies kann in Boizenburg/Elbe auch in Zukunft als ergänzendes Thema gespielt werden, indem Basisangebote weiterentwickelt werden.



Abbildung 15: Positionierungsstrategie Mecklenburg-Schwerin (PROJECT M, 2020)

Der stärkste Hebel von Boizenburg/Elbe im Verbandsrahmen sind Kultur Genuss (Kunst in der Natur via Fliesen) und Natur Erlebnis (Genuss-Radfahren) – Wasser bleibt ergänzend. Mit zielgruppengerechter Inszenierung, klaren Routen und digitaler Sichtbarkeit kann Boizenburg/Elbe die regionalen Leitmotive markenkonform füllen und zugleich die eigene Position „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ schärfen.

Übergreifende Konzeptionen III

Analyse der Leit-Zielgruppen :

- Familien: Bisher gibt es in Boizenburg/Elbe nur wenige Angebote spezifisch für Familien. Mit kurzen inszenierten Wander- und Radrouten und einem Fokus auf Mitmachangebote (Rallye, Workshops etc.) kann sich Boizenburg/Elbe in Zukunft besser auf Familien einstellen.
- Aktive Genießer: Boizenburg/Elbe bedient die Aktiven Genießer bereits über das Stadtfair und Kulturangebote. Mit einer Verknüpfung und thematischen Aufladung der Angebote können Aktive Genießer auch zukünftig optimal angesprochen werden.
- Sinus-Milieus Liberal-Intellektuelle und Sozial-Ökologisch: Durch nachhaltige Angebote (Kooperationen mit Biosphärenreservat), regionale Produkte und Anbieter und inhaltliche Tiefe kann Boizenburg/Elbe auch in Zukunft bei diesen beiden Zielgruppen punkten.



Abbildung 16: Leit-Zielgruppen (PROJECT M, 2020)

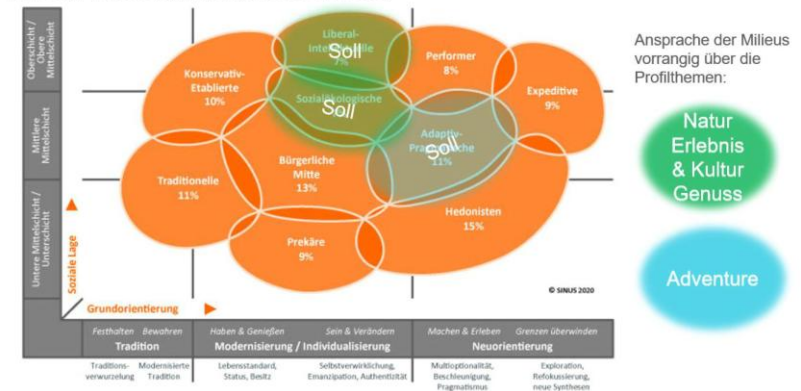


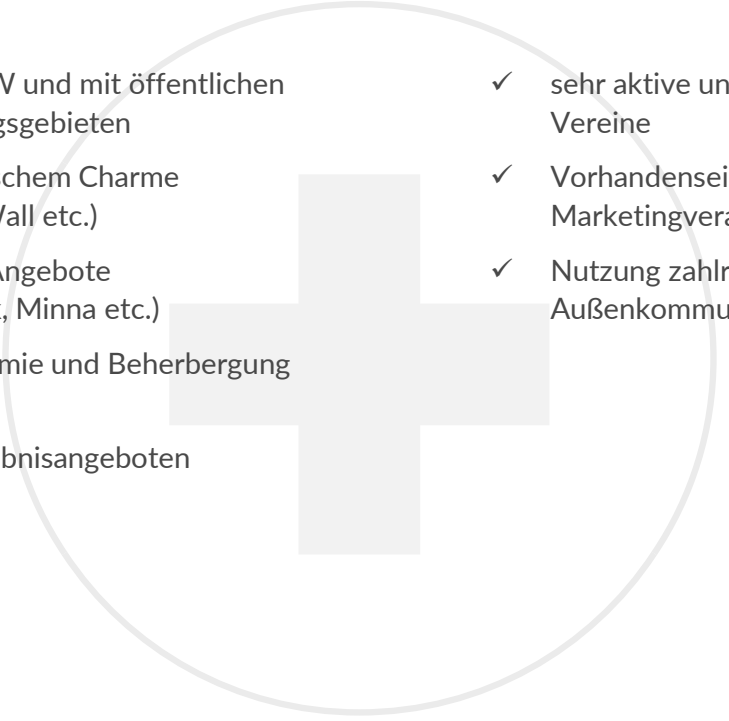
Abbildung 17: Leit-Zielgruppen nach Sinus Milieus (SINUS Institut, 2020)

Relevante touristische Trends für Boizenburg/Elbe

Trend		Was bedeutet das für Boizenburg/Elbe?
Kurzurlaube „nah dran“ und Mikroabenteuer	Kurze, leicht planbare Auszeiten im näheren Umfeld optimal mit Natur, Kultur und ggf. einer kleinen Prise Abenteuer	Entwicklung eines kompakten, gut ausgeschilderten und beschriebenen Wochenendportfolios, zielgruppenorientiert aufbereitet
E-Bike und Genussrad-Boom	E-Bikes erweitern Reichweiten und Zielgruppen, europaweit ist „Genuss-Radfahren“ nach wie vor im Fokus	- Lage am Elberadweg optimal ausnutzen bzw. verbessern - Genussorientiertes Radangebot schaffen
Erlebnis statt „nur“ Sightseeing	Es werden interaktive, sinnstiftende Erlebnisse erwartet (Storytelling, Mitmachangebote, AR etc.)	Fokus auf die Erlebbarkeit der Angebote setzen. Durch mehr Erlebnisinszenierungen mit Mitmachangeboten und Entwicklung eines roten Fadens und klaren Profils für die Stadt.
Qualitätsbewusstsein	Gäste wählen zunehmend nach Qualität, Sinn und Erreichbarkeit. „Echte“ authentische Angebote sind im Fokus.	- Nutzung und Stärkung der regionalen Besonderheiten - Enge Verzahnung und Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements.
Digitales Zeitalter	„Digital Natives“ sind auf dem Vormarsch. Die gesamte Inspiration und Planung läuft digital.	- Digitale Verfügbarkeit der Daten und Informationen (maschinenlesbar) sind der Schlüssel zur Sichtbarkeit. - Fokus liegt auf der Nutzbarkeit und Auffindbarkeit für die Gäste.

SWOT

STÄRKEN Stadt Boizenburg/Elbe

- 
- ✓ Gute Erreichbarkeit mit dem PKW und mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Nähe zu Ballungsgebieten
 - ✓ Attraktive Innenstadt mit historischem Charme (Fliesenstadt Boizenburg/Elbe, Wall etc.)
 - ✓ Zahlreiche besondere Orte und Angebote (Fliesenmuseum, Weidenschneck, Minna etc.)
 - ✓ Gutes Basisangebot an Gastronomie und Beherbergung vorhanden
 - ✓ Gutes Basisangebot an Naturerlebnisangeboten vorhanden
 - ✓ sehr aktive und engagierte touristische Akteure und Vereine
 - ✓ Vorhandensein von Tourismus- und Marketingverantwortlichen inkl. Touristinformation
 - ✓ Nutzung zahlreicher Kommunikationskanäle für die Außenkommunikation (Instagram, Print, Touristinfo etc.)

SWOT

SCHWÄCHEN Stadt Boizenburg/Elbe

- Eingeschränkte Verknüpfung der Angebote und der Region mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Positionierung als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ wird bisher nicht ausreichend mit Leben und Sichtbarkeit gefüllt.
- Angebote sind z.T. wenig in Szene gesetzt, wenig Erlebnisinszenierungen
- Naturerlebnisangebote (insb. Rad- und Wandertouren) sind für die Gäste kaum auffindbar
- fehlende Vernetzung der Angebote und POIs in der Stadt aber auch in der Region
- Kaum Familienangebote
- Marketingmaßnahmen können qualitativ weiterentwickelt werden (v.a. Kooperationen, Zielgruppenpassung)
- Tourismusbewusstsein ist z.T. ausbaufähig
- Kaum zertifizierte Betriebe (Bett&Bike, familienfreundlich etc.)

SWOT



- ✓ Attraktives Einzugsgebiet und gute Anbindungen, v.a. für Kurzurlauber und Tagestouristen (Nähe zu Hamburg, Elberadweg, Schwerin, Schaalsee etc.)
- ✓ Der Marktanteil für Naturaktivitäten (v.a. Rad und Wandern) steigt weiter an. Für die Stadt Boizenburg/Elbe bieten sich optimale Anknüpfungspunkte und Weiterentwicklungsmöglichkeiten.
- ✓ Die Positionierungsstrategie des Tourismusverbands Mecklenburg-Schwerin bietet zahlreiche Anknüpfungspunkte und Weiterentwicklungsmöglichkeiten für Boizenburg/Elbe.
- ✓ Durch die beiden gesellschaftlichen Megatrends „Neo-Ökologie“ und „Sicherheit“ rücken regionale und authentische Aufenthalte an intakten Orten in den Fokus. Boizenburg/Elbe kann als Gegenentwurf zu urbanen Räumen punkten.
- ✓ Die Vielzahl an engagierten Akteuren, Anbietern und Organisationen kann für die touristische Weiterentwicklung mit einbezogen werden.

SWOT

- In der Region gibt es einige Mitbewerber mit einem ähnlich guten Angebot, gerade im Bereich Naturerlebnis und Wasser. Kooperationen sollten weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig sollten die Angebote in Boizenburg/Elbe weiter auf die Zielgruppen angepasst werden und eine klare Positionierung am Markt herausgearbeitet werden.
- Die Kleinräumigkeit von Boizenburg/Elbe bzw. der Angebote grenzt den Handlungsspielraum ein. Für mehr Sichtbarkeit im Tourismus muss die Vernetzung in die Region und die übergreifenden Angebote sowie Kooperationen mit übergreifenden Destinationen verstärkt werden.
- Die „Randlage“ der Stadt Boizenburg/Elbe (Landesgrenze MV-NI, Grenze des Tourismusverband etc.) erschwert die übergreifende Verknüpfung der Angebote vor Ort.
- Konflikte zwischen Tourismusentwicklung und Einwohner:innen gilt es zu vermeiden.
- Der Einfluss auf private Anbieter, Gastronomie- und Beherbergungsangebote von Seiten der Stadtverwaltung ist beschränkt.
- Eine qualitativ hochwertige Weiterentwicklung erfordert Ressourcen (finanziell und personell).



RISIKEN

3 Konzeption



Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“

Die strategische Ausrichtung für die Stadt Boizenburg/Elbe wurde im Rahmen des Strategieworkshops gemeinsam mit allen Beteiligten entwickelt.

Zukünftig wird sich Boizenburg/Elbe touristisch verstärkt als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ positionieren und präsentieren. Dabei bedeutet die Positionierung als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ nicht, dass andere Themen wie Natur, Rad und Wandern oder das Biosphärenreservat nicht mehr bespielt und entwickelt werden. Das Thema „Fliesen“ dient vielmehr als thematische Klammer, die alle Angebote unter sich vereint und diese nach außen trägt.

Eine klare strategische Positionierung ist besonders wichtig, um im Wettbewerb sichtbar zu bleiben und sich von anderen Städten in der Region abzugrenzen. Sie schafft ein prägnantes Alleinstellungsmerkmal, das für Gäste unmittelbar verständlich ist und eine klare Wiedererkennbarkeit erzeugt. Gleichzeitig ermöglicht sie eine fokussierte Vermarktung über ein starkes Leitmotiv, an dem sämtliche Kommunikationsmaßnahmen ausgerichtet werden können.

Für Boizenburg/Elbe bedeutet die Profilierung als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ die Chance, das vorhandene kulturelle Erbe mit neuen, innovativen Angeboten zu verbinden und daraus eine einzigartige Identität zu entwickeln. Dies steigert nicht nur die Attraktivität für unterschiedliche Zielgruppen, sondern stärkt auch die Identifikation der Bürger:innen mit ihrer Stadt.

Auf den folgenden Folien wird die strategische Ausrichtung als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ in Form einer SWOT-Analyse im Detail analysiert.

Nachfolgend werden die Ergebnisse der strategischen Ausrichtung in Form eines touristischen Zielsystems für Boizenburg/Elbe zusammengefasst.



Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“

STÄRKEN

- ✓ Positionierung als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ wird bereits in der Außenkommunikation genutzt, z.B. offizieller Titel „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“
- ✓ Historischer Kontext/ Bezug zur Stadtentwicklung und -geschichte ist gegeben
- ✓ Bevölkerung identifiziert sich mit dem Thema (z.B. ehrenamtliches Engagement, Rückmeldungen Workshop)
- ✓ Erstes Deutsches Fliesenmuseum als hochwertiges Angebot
- ✓ sichtbare Fliesenbilder im Stadtraum
- ✓ Thema fügt sich stimmig in die historische Altstadt mit dem Fachwerk ein
- ✓ Erste touristische Angebote sind vorhanden (z.B. FliesenEntdeckerTour)
- ✓ Alleinstellungsmerkmal in der Region und ganz Deutschland

SCHWÄCHEN

- Bisher fehlende Erlebnisorientierung (Fliesen als Betrachtungsobjekt und weniger als Mitmachthema)
- Sichtbarkeit im Stadtraum aktuell begrenzt (zu wenig „Wow-Effekt“ beim ersten Besuch)
- Abgesehen vom Fliesenmuseum aktuell nur wenig touristische Angebote, insbesondere keine Angebote für Familien
- „Fliesen“ ist ein Nischenthema
- Aktuell zu geringe Ressourcen (finanziell und personell), um das Thema stärker zu bespielen

Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“



- ✓ Mediale Strahlkraft durch die Einzigartigkeit „Stadt Boizenburg/Elbe als einzige Fliesenstadt Deutschlands“ kann optimal vermarktet werden.
- ✓ Kombination aus Kultur, Handwerk und Stadtgeschichte bietet gute Ansatzpunkte für Storytelling.
- ✓ Kombination von Fliesenstadt und Naturerlebnis (Rad- und Wandertouren, Biosphärenangebote) bietet die Möglichkeit für ein breites touristisches Profil.
- ✓ Fliesen als Thema kann auf vielfältige Weise in **der Infrastruktur und im Stadtbild** eingeflochten werden (z.B. Häuserfassaden, Spielplätze, öffentlicher Raum). Dadurch wird die **strategische Ausrichtung im Stadtbild wahrnehmbar** und leistet einen Beitrag zur **Innenstadtbelebung und Schaffung einer Wohlfühlatmosfera**. U.a.
 - Weiterführung und Ausbau der bestehenden Fliesenbilder in der Stadt
 - Schaffung eines touristischen Highlights spezifisch für Familien: **Fliesen-Abenteuerpark** als urbaner Erlebnis- und Spielort für Kinder, der Kunst, Spiel und Geschichte verbindet und zum Eintauchen in eine Spielwelt aus Fliesen einlädt (Fliesen-Spielgeräte, Fliesen-Memory, Wasserspielplatz mit Fliesenrinnen und Fontänen etc.)
 - Entwicklung einer **Fliesen-Safari** für Groß und Klein als Outdoor-Schatzsuche in Boizenburg/Elbe und Umgebung (interaktive Schatzsuche, aufbereitet für verschiedene Altersklassen zu den Highlights der Region mit Rätseln, kleinen Aufgaben und interaktiven Elementen)

Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“



- ✓ Interpretation von Fliesen als modernes Thema mit dem Fokus auf Mitmach- und Erlebnisangebote (z.B. Kooperationen mit Künstler:innen, Designer:innen, Schulen) kann einen Beitrag dazu leisten, das Thema langfristig mit Leben zu füllen und die Kreativität und Identifikation der lokalen Bevölkerung zu fördern.
- ✓ Hohes Potenzial einer **modernen Inszenierung** über die **Kombination aus Fliesentradition mit moderner Kunst und Design**. Gleichzeitig können weitere Besonderheiten der Stadt (z.B. breites Kulturangebot) optimal integriert werden. Damit können gezielt **neue Zielgruppen** mit hohen Ansprüchen an Qualität gewonnen werden (u.a. „Liberal-intellektuelles Milieu“)
 - **Schaffung einer hochwertigen Erlebnisreihe „Fliesen und Film“** → Verbindung von (Film)kunst, Stadtidentität und Genuss (Architektur und Design, Stadt, Geschichte und Kultur, Internationale Perspektive, ggf. inkl. Familienangebote)
 - **Schaffung einer Erlebnis-Manufaktur Boizenburg/Elbe**, die Kunsthandwerk, Geschichte und Mitmachangebote kombiniert. Ein Ort an dem Fliesen und andere Manufakturprojekte der Region präsentiert werden (Werkstatt-Charakter, Verkaufsfläche, Veranstaltungen).

Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“

- Gefahr, dass das Thema zu einseitig (nur Museum und Geschichte) wahrgenommen und bespielt wird und dadurch für Zielgruppen ohne besonderen Kulturbezug an Attraktivität verliert.
- Abnehmende Relevanz und Lebendigkeit des Themas über die Jahre durch fehlende aktive Akteure (z.B. Künstler Lothar Scholz).
- Mangelnde Kontinuität bei der Angebotsentwicklung und in der Außendarstellung.
- Überlastung des Ehrenamts (v.a. Träger- und Förderverein des Fliesenmuseums) bei fehlender hauptamtlicher Unterstützung.



RISIKEN

FAZIT Strategische Ausrichtung „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“

Die touristische Ausrichtung von Boizenburg/Elbe als „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ wurde im Rahmen des Strategieworkshops intensiv mit den Akteuren diskutiert.

Fliesenstadt ist eine passende Leitidee für Boizenburg/Elbe, da sie ein klares und authentisches Alleinstellungsmerkmal bietet, welches sowohl im Stadtbild und der Geschichte als auch in der regionalen Identität verankert ist. Zugleich eignet es sich als thematische Klammer um weitere Themen wie Natur (insb. Rad und Wandern), Kultur und Wasser zu bündeln. Boizenburg/Elbe erhält damit ein klares Profil, ist leichter vermarktbare und außerdem anschlussfähig an die Strategie des Tourismusverbandes.

Warum „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ passt – auf einen Blick:

- Identität & Wiedererkennung: Offizieller Titel, sichtbare Fliesenbilder, passendes Museumsprofil – sofort verständlich und ausbaufähig.
- Klammer für Angebote: Verbindet Innenstadt, Kultur/Events, Aktivthemen und Hafen zu einem stimmigen Erlebnis.
- Vermarktung & Reichweite: Starke Story für Content, Kampagnen und PR; gute Andockpunkte an den Tourismusverband.
- Wertschöpfung vor Ort: Lenkung vom Elberadweg in die Innenstadt, längere Verweildauer, bessere Sichtbarkeit lokaler Anbieter.

Was es dafür braucht:

- Erlebnisorientierung steigern: Familienfreundliche Formate, Inszenierung im Stadtraum, moderne Vermittlung.
- Gesamtangebot mitdenken: Rad- und Wanderangebot, Biosphäre etc.
- Qualität & Daten sichern: Beschilderung, GPX/POIs, einheitliches Leitsystem, digitale Auffindbarkeit.
- Tragfähige Strukturen schaffen: Koordination stärken, Ehrenamt entlasten, Kooperationen festigen.

Best Practice: Ironbridge/England

- Jackfield Tile Museum als Teil der Ironbridge Weltkulturerbestätte
 - Fliesen-Ausstellung inklusive einer Kirche, einer Bar und einer U-Bahn-Station
 - Historie & Wissenswertes per Infotafeln und Audio-Guide
 - „Tile Trail“ – Fliesen-Schatzsuche für Kinder
 - Maskottchen „Jet Black the Cat“ erzählt Geschichten für Kinder
 - Fliesen-Workshops für jedes Alter
 - „Fusion & Footprint Gallery“ – Künstler-Ateliers, Galerie und Verkaufsraum
- Wurde aufgrund der vielfältigen und passenden Angebote in die „European Route of Industrial Heritage“ aufgenommen



Best Practice: Flößerstadt Schiltach



- Lebendige Flößerei- und Gerbertradition
 - Gelebte Kooperation zwischen dem Verein „Schiltacher Flößer e.V.“ und der Stadtverwaltung
 - Feste Verankerung des Themas Flößerei im touristischen Angebot und Stadtbild, z.B. nachgebauter Gamber, Holländerstamm und Holländer-Baumscheibe, Flößerpfad zusammen mit fünf umliegenden Kommunen, Wackelfloß auf dem Spielplatz
 - Regelmäßiges groß angelegtes „Flößerfest“, das über die Jahre eine überregionale Strahlkraft entwickelt hat.
 - Thematisches Museum „Schüttesägemuseum“
 - Zahlreiche Kooperationen mit anderen Flößerstädten
 - Thematische Veranstaltungen, z.B. Riesfest in Reinerzau, Schauffällung, Wiedendreihen
- Wurde u.a. durch die feste Verankerung und gelebte Flößerei als „Best Tourism Village“ by UN Tourism 2025 ausgezeichnet



Best Practice: Lauterbach im Schwarzwald

„Z'Lauterbach han i mein Strumpf verlorn“ – das beliebte Volkslied besingt Lauterbach. Wobei unklar ist, ob es sich um Lauterbach im Schwarzwald oder Lauterbach in Bayern handelt. Nichts desto trotz setzt Lauterbach das Thema „Strumpf“ konsequent um:

- Brunnen in der Ortsmitte mit zwei Bronzefiguren, die eine Szene des Lieds darstellen.
 - Gestrickter XXL-Patchwork-Strumpf anlässlich des 750-jährigen Jubiläums der Gemeinde auf dem Rathausplatz
 - Veranstaltungen mit Musik und Bezug zum Volkslied
 - Gebastelte Strümpfe aus Tonpapier zieren die Fenster der Grundschule.
 - Trachtenträger:innen tragen einen Strumpf an der Tracht (siehe Fotomöglichkeit unten).
 - Thema „Strumpf“ wurde als bestimmendes Thema für das Storytelling entlang des Kinzigtalsteigs ausgewählt.
- Hat zu einer großen Identifikation der lokalen Bevölkerung mit dem Thema „Strumpf“ geführt



Positionierungsstrategie Boizenburg/Elbe

Boizenburg/Elbe fügt sich gut in die Positionierungsstrategie des Tourismusverbandes ein:

- Profithema „**Kultur Genuss**“ insbesondere Profilspitze „Kunst in der Natur“: Mit den Fliesenbildern im Stadtraum, dem Weidenschneck, Stadtpark etc. kann Boizenburg/Elbe die Profilspitze schon heute bedienen. Das Thema „Fliesen“ (siehe Konzeption) eignet sich gut, um die verschiedenen Naturerlebnisse in Hinblick auf die Profilspitze zu verbinden und inwertzusetzen.
- Profithema „**Natur Erlebnis**“ insbesondere Profilspitze „Genuss-Radfahren“: Die Nähe zum Elberadweg und die vorhandenen regionalen Radwege zahlen direkt auf die Profilspitze ein. Zusätzliche Qualitätssteigerungen (z.B. Beschilderung, Inszenierung) können das Thema weiter voranbringen.
- Profithema „**Natur Erlebnis**“ mit Profilspitze „Wassererlebnis“: Dies kann in Boizenburg/Elbe auch in Zukunft als ergänzendes Thema gespielt werden, indem Basisangebote weiterentwickelt werden.

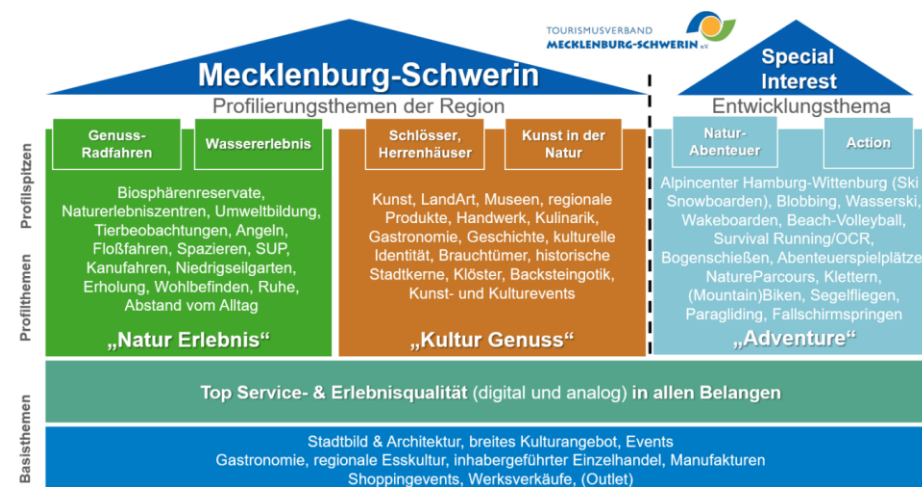


Abbildung 15: Positionierungsstrategie Mecklenburg-Schwerin (PROJECT M, 2020)

Der stärkste Hebel von Boizenburg/Elbe im Verbandsrahmen sind Kultur Genuss (Kunst in der Natur via Fliesen) und Natur Erlebnis (Genuss-Radfahren) – Wasser bleibt ergänzend. Mit zielgruppengerechter Inszenierung, klaren Routen und digitaler Sichtbarkeit kann Boizenburg/Elbe die regionalen Leitmotive markenkonform füllen und zugleich die eigene Position „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ schärfen.

Touristisches Zielsystem für Boizenburg/Elbe

Ein touristisches Zielsystem ist ein strategisches Planungsinstrument, das darauf abzielt, die touristische Entwicklung einer Region oder eines Gebiets zu steuern und zu koordinieren. Es umfasst eine Reihe von Zielen, Strategien und Maßnahmen, die darauf abzielen, den Tourismus nachhaltig zu fördern und gleichzeitig die Bedürfnisse der Besucher sowie der einheimischen Bevölkerung zu berücksichtigen. Die Hauptkomponenten eines touristischen Zielsystems ist ein Leitthema, Leitlinien, Entwicklungsziele und Strategien.

Leitthema

Eine Vision beschreibt das langfristige Idealbild, wie sich eine Region oder ein Gebiet im Tourismus entwickeln soll. Sie gibt die Richtung vor und inspiriert alle Beteiligten, an einem gemeinsamen Ziel zu arbeiten.

Leitlinien

Leitlinien sind Grundsätze oder Werte, die das Erlebnis für den Gast definieren. Sie helfen dabei, die Vision in greifbare und konkrete Handlungsanweisungen zu übersetzen.

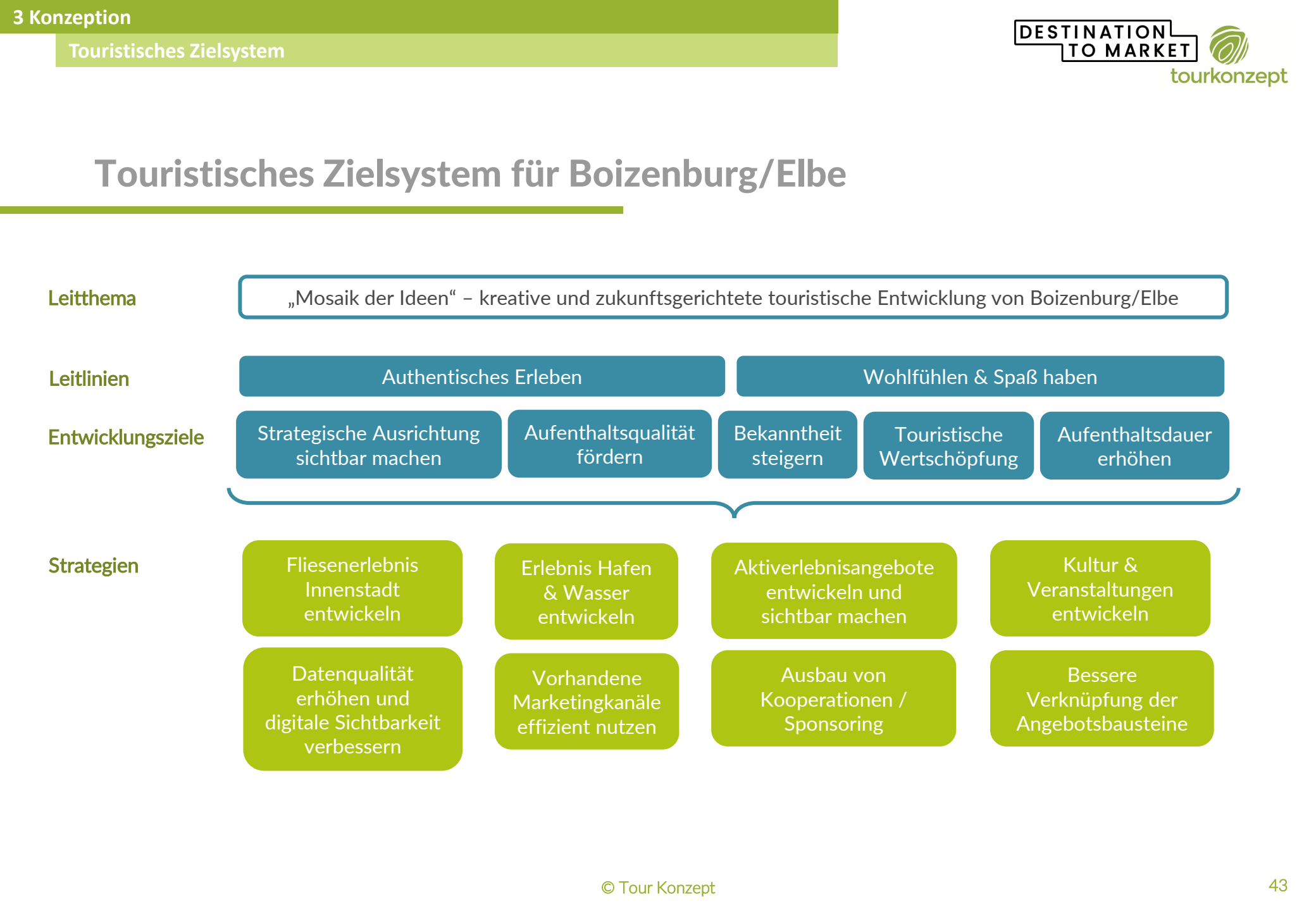
Entwicklungsziele

Entwicklungsziele konkretisieren die Leitlinien weiter, um die Vision zu verwirklichen. Sie definieren den Nutzen für alle Beteiligten. Sie decken verschiedene Aspekte des Tourismus ab, wie z.B. die Erhöhung der Besucherzahlen, die Verbesserung der touristischen Infrastruktur (auch für Einheimisch) oder die Förderung des kulturellen Erbes.

Strategien

Strategien sind die Mittel und Wege, um die Entwicklungsziele zu erreichen. Sie umfassen konkrete Maßnahmenbereiche und größere Projekte, die umgesetzt werden müssen. Strategien können die Entwicklung neuer touristischer Angebote, Marketingaktivitäten, den Ausbau von Kooperationen oder die Verbesserung der Servicequalität umfassen.

Insgesamt bildet ein touristisches Zielsystem das Rückgrat für eine systematische und erfolgreiche touristische Entwicklung, indem es klare Richtlinien und Maßnahmen vorgibt, die die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit einer Region oder eines Gebiets stärken.



Zielgruppen Boizenburg/Elbe

Ziel der Zielgruppendefinition ist es, die Maßnahmen innerhalb der beiden Leitlinien „Authentisches Erleben“ und „Wohlfühlen und Spaß haben“ so zu gestalten, dass die Bedürfnisse der Gäste optimal erfüllt sind. Dies gelingt nur, wenn vorher eine klare Zielgruppendefinition herausgearbeitet wird.

Durch die Kenntnis der Werte, Motive und Bedürfnisse der Zielgruppen können die Angebote der Stadt Boizenburg/Elbe passgenau auf die gewählten Zielgruppen ausgerichtet werden. Dadurch erfolgt eine gezielte Kommunikation, eine passgenaue Angebotsentwicklung, die Differenzierung von Mitbewerbern, die Generierung von zufriedenen Gästen und schlussendlich auch die Messbarkeit der angewandten Strategien.

Für die touristische Entwicklung der Stadt Boizenburg/Elbe werden vor allem die beiden Leitzielgruppen des Tourismusverbandes übernommen, um vollumfänglich von den übergreifenden Marketingaktivitäten profitieren zu können:

- **Aktive Genießer ab 45 Jahre:** Kulinarik, Kunst, Kultur und LandArt; Leichte Bewegung in der Natur. Vor allem mit der Verbindung von Aktivitäten in der Natur mit kulturellen Highlights punkten Anbieter bei der Zielgruppe.
- **Familien mit Kindern von 6 bis 14 Jahren:** Action und Naturabenteuer; Naturerleben zu Fuß, mit dem Rad und auf dem Wasser. Familien suchen gemeinsame Aktiv-Erlebnisse, die alle Familienmitglieder ansprechen.
- **Junge Erwachsene:** Ergänzend soll die Zielgruppe der Jungen Erwachsenen angesprochen, abweichend von der Strategie des Tourismusverbands aber weniger mit Action und Adventure, sondern mit Lifestyle- und Nachhaltigkeitsthemen sowie Events.

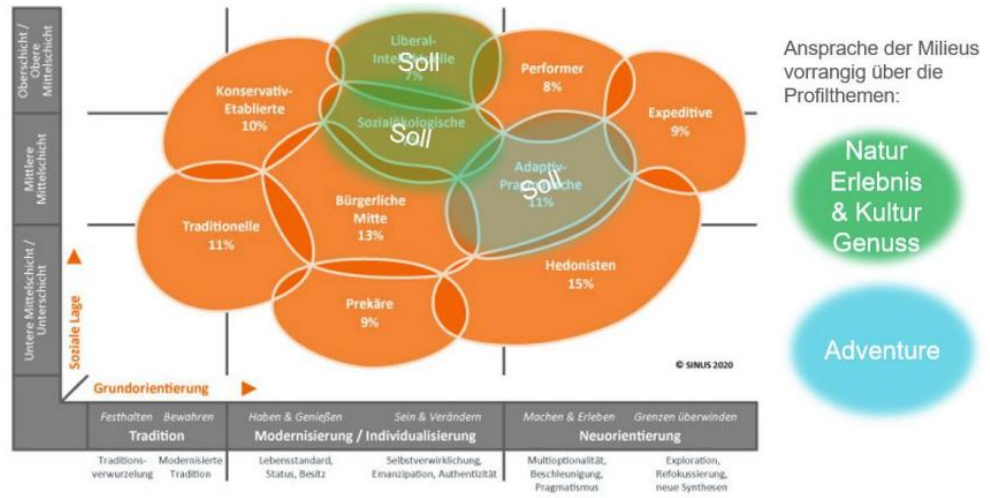


Zielgruppen Boizenburg/Elbe

Durch die zusätzliche Fokussierung auf ausgewählte Sinus-Milieus können Produkte und Angebote noch passgenauer gestaltet und vermarktet werden.

Der Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin hat sich auf zwei Segmente festgelegt:

- **Liberal-Intellektuelle:** Interessiert an Kunst und Kultur, legen Wert auf Authentizität und aktives Freizeitleben
- **Sozial-Ökologische:** Interesse an Genuss, Entschleunigung, Nachhaltigkeit, Natur und Umwelt



Konzeption

Im Rahmen des Prozesses wurden gemeinsam mit den Akteuren vor Ort (Bürgerbeteiligung, Strategieworkshop, Lenkungsgruppe) Maßnahmen für die touristische Weiterentwicklung der Stadt Boizenburg/Elbe entwickelt. Diese wurden durch den Auftragnehmer ergänzt, vertieft, priorisiert und in Maßnahmenpaketen gebündelt.

Für die touristische Entwicklung der Stadt Boizenburg/Elbe wurden fünf Maßnahmenpakete definiert:

- Fliesenerlebnis Innenstadt
- Erlebnis Hafen und Wasser
- Aktiv Erleben
- Kultur und Events
- Daten, Marketing und Kooperationen

Im Folgenden sind die Maßnahmenpakete sowie die zugehörigen Maßnahmen jeweils mit einer Kurzbeschreibung, Zuständigkeiten, nächste Umsetzungsschritte sowie (sofern möglich) mit einer Grobkostenschätzung ausgearbeitet.

Schlüsselprojekte (besonders relevant für die touristische Entwicklung) sind wie folgt gekennzeichnet:



Highlights (innovative Projekte mit einer besonders hohen Außenwirkung) sind wie folgt gekennzeichnet:



Quick-Wins (Projekte, die schnell und relativ kostengünstig umgesetzt werden können) sind wie folgt gekennzeichnet:





© Tour Konzept

47

Übersicht Maßnahmenpakete und Maßnahmen (1)

Maßnahmenpaket	Maßnahme	
Fliesenerlebnis Innenstadt	Verlegung Elberadweg	Schlüsselprojekt
	„Fliesenlinie“	Highlight
	Zusammenlegung der Museen	Schlüsselprojekt
	Kunstautomat am Museum	Quick-Win
	Fliesenbilder	
	Fliesenpatenschaften	
	Virtual Reality	
	Fliesenrallye	
	Wall-Pavillon als „Candle-Light-Location“	
	Touristisches Leitsystem	
Erlebnis Hafen und Wasser	Erlebnismanufaktur Hafen	Schlüsselprojekt
	Größtes Fliesenmosaik Deutschlands	Highlight
	Wasserwanderkarte	Quick-Win
	Wohnmobilstellplätze am Hafen	
	Kanu und SUP-Verleih	

Übersicht Maßnahmenpakete und Maßnahmen (2)

Maßnahmenpaket	Maßnahme	
Aktiv erleben	Rad- und Wanderangebot	
	Service-Infrastruktur Rad	
Kultur und Events	Events „Fliesenfestival“	
	Nacht der Fliesen	Highlight
	Kooperationen – Fliesenhersteller & Designer	
	Kooperationen - Ravensburger	
Vermarktung und Kommunikation	Unterstützung Leistungsträger	
	Qualitätsinitiative Online-Marketing	Quick-Win

Übersicht Maßnahmenpaket 1

Fliesenerlebnis Innenstadt



Sicht- und erlebbare “Fliesenstadt Boizenburg/Elbe” im Stadtraum, um Frequenz und Verweildauer in der Innenstadt zu erhöhen.

- Verlegung Elberadweg
 - „Fliesenlinie“
 - Zusammenlegung der Museen
 - Kunstautomat am Museum
 - Fliesenbilder
 - Fliesenpatenschaften
 - Virtual Reality
 - Fliesenrallye
 - Wall-Pavillon als „Candle-Light-Location“
 - Touristisches Leitsystem
- 


Schlüsselprojekt




Highlight




Schlüsselprojekt




Quick-Win

Schlüsselprojekt

Verlegung Elberadweg

Der rechtselbische Elberadweg tangiert aktuell vor allem den Hafenbereich und führt im Wesentlichen an der Innenstadt vorbei. Ziel der Maßnahme ist es, die offizielle Streckenführung als Innenstadt-Schleife durch Boizenburg/Elbe zu verlegen, sodass Radreisende gezielt durch das Zentrum mit Gastronomie, Museen, POIs (Wallanlage, Rathaus, Fliesenbilder etc.) gelenkt werden. Vorgeschlagene Streckenführung siehe Karte nächste Seite.

Die Verlegung des Elberadwegs wird die Besucherfrequenz im Innenstadtbereich spürbar erhöhen und damit die Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel und Museen steigern. Gleichzeitig wächst die Bekanntheit von Boizenburg/Elbe entlang einer der bedeutendsten Radfernstrecken Deutschlands, was sich wiederum positiv auf die Besucherzahlen insgesamt auswirkt.

Entscheidend für die Umsetzung ist die radfreundliche Anpassung des Straßenbelags im Innenstadtbereich. Es wird empfohlen, das bestehende Kopfsteinpflaster im Bestand abzuschleifen bzw. abzufräsen. So bleibt das historische Stadtbild erhalten, der Fahrkomfort steigt, der KFZ-Verkehr wird leiser und der gesamte Innenstadtbereich wird für Radfahrende deutlich attraktiver. Das abfräsen des Kopfsteinpflasters hat gegenüber einer Vollasphaltierung zudem den Vorteil, dass zusätzliche Entwässerungsmaßnahmen vermieden werden.

Touristisches Potenzial

- Spürbare Erhöhung der Besucherfrequenz im Innenstadtbereich
- Erhöhung der Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Koordinierungsstelle Elberadweg Nord
- Fachbeteiligungen: Tiefbau, Denkmalschutz
- Externe Partner: Fachbüro Verkehrs-/Radverkehrsplanung, Straßenbauunternehmen

 **Schlüsselprojekt**

Verlegung Elberadweg

Nächste Schritte

- Abstimmung mit Koordinierungsstelle Elberadweg zu Qualitätsanforderungen und Aufnahme in offizielle Kanäle
- Durchführung Variantenvergleich (Abfräsen vs. Asphalt vs. Fliesenlinie)
- Beantragung der Genehmigungen
- Aufstellen Finanzierungsplan

Umsetzungshorizont:

- Mittelfristig

Grobkostenschätzung inkl. Folgekosten:

- 90 – 140 €/m² (bei einer Streckenlänge von ca. 950 m und Straßenbreite von ca. 3 m: ca. 280.000 €)
- Fördermöglichkeiten: Städtebauförderung
- Folgekosten: mittel (ggf. standardmäßige Ausbesserungen aufgrund von Abnutzung)

Verlegung Elberadweg: Streckenvorschlag

POIs entlang der Innenstadtschleife:

- Fitzenteich und Altendorfer Teich
- Wallanlage
- Markt mit Rathaus
- Gastronomie am Markt
- Kino
- Fliesenmuseum
- Geschäfte im Innenstadtbereich (Apotheke, Elbe-Buchhandlung)
- Hafen und Minna
- Gastronomie am Hafen



**Highlight**

Verlegung Elberadweg: Variante „Fliesenlinie“

Im Rahmen der Verlegung des Elberadwegs kann alternativ auch eine „Fliesenlinie“ umgesetzt werden. Dabei wird nicht das gesamte Straßen-Pflaster im Innenstadtbereich abgefräst, sondern ein ca. 1-2 m breiter Radweg als „Fliesenlinie“ ausgestaltet.

Die Fliesenlinie wird mit Fliesen oder Mosaikplatten (mit rutschhemmender Oberfläche) gestaltet. Die Fliesenlinie dient als komfortabler Radweg durch den Innenstadtbereich und wird zugleich ein visuelles Signature-Element für Boizenburg/Elbe.

Die Fliesenlinie lenkt Radreisende sichtbar und komfortabel in die Innenstadt, steigert die Frequenz und Verweildauer und macht das Leitmotiv „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ buchstäblich erfahrbar.

Touristisches Potenzial

- Spürbare Erhöhung der Besucherfrequenz im Innenstadtbereich
- Erhöhung der Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Koordinierungsstelle Elberadweg Nord
- Fachbeteiligungen: Tiefbau, Denkmalschutz
- Externe Partner: Fachbüro Verkehrs-/Radverkehrsplanung, Straßenbauunternehmen



Highlight

Verlegung Elberadweg: Variante „Fliesenlinie“

Nächste Schritte

- Abstimmung mit Koordinierungsstelle Elberadweg zu Qualitätsanforderungen und Aufnahme in offizielle Kanäle
- Durchführung Variantenvergleich (Abfräsen vs. Asphalt vs. Fliesenlinie)
- Beantragung der Genehmigungen
- Aufstellen Finanzierungsplan

Umsetzungshorizont:

- Mittelfristig

Grobkostenschätzung inkl. Folgekosten:

- Noch offen
- Fördermöglichkeiten: Städtebauförderung
- Folgekosten: mittel (ggf. standardmäßige Ausbesserungen aufgrund von Abnutzung)

 Schlüsselprojekt

Zusammenlegung der Museen

Es wird empfohlen das Fliesenmuseum und das Museum für Stadtgeschichte organisatorisch und räumlich zu einem Haus zusammenzuführen. Ziel ist es, Personal und Betrieb zu bündeln, Öffnungszeiten zu stabilisieren und in diesem Zuge der Inhalte zeitgemäß neu zu kuratieren.

In der neuen Dauerausstellung kann die Stadtgeschichte mit dem Leitmotiv „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ verknüpft werden (Handwerk, Design, Industrie- und Sozialgeschichte). Neben hochwertigen Exponaten sollten niedrigschwellige Vermittlungsformate (Hands-On-Stationen, Audio, Rätsel-Flyer/Kinderspur) im Fokus stehen. Im Foyer sollte ein kleiner Empfangsbereich mit Basis-Tourismusinformation (siehe auch Maßnahme „Erlebnismanufaktur Hafen) und einem kleinen Shop (z.B. personalisierte Mini-Fliesen, Postkarten) integriert werden.

Durch die Zusammenlegung werden aktuelle Personalengpässe entschärft, Öffnungszeiten verlässlicher, Prozesse vereinfacht und Betriebskosten reduziert. Das sichert den Betrieb der beiden Museen langfristig und entlastet gleichzeitig das Ehrenamt.

Inhaltlich entsteht ein stärkeres, klar profiliertes Haus, dass die strategische Ausrichtung sichtbar macht, Familien besser anspricht und einen Ankerpunkt für Innenstadtfrequenz und Vermarktung bildet.

Für die Kuratierung wird die Entwicklung einer klaren Storyline, die Stadtgeschichte und „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ verzahnt empfohlen. Zielgruppen sind aktive Genießer (Tiefe/Qualität) und Familien (niedrigschwellige Interaktion). Der Rundgang sollte kompakt geführt sein (Ankommen im Foyer mit Basis-Touristinformation und Shop – Stadt und Menschen (Entwicklungsgeschichte der Stadt und des Fliesenhandwerks) – Material und Handwerk (Herstellung, Muster) und ggf. Fliesenstadt Boizenburg/Elbe erleben als Brücke in den Außenraum). Die Materialität im Museum (z.B. Holz, Keramikdetails, warme Akzente) stützen die Atmosphäre.

Wichtig in der Gestaltung sind:

- Weniger, aber aussagekräftige Objekte
- Kurze Texte mit optionaler Vertiefung via Audio/QR-Code
- Low-Tech Exponate (z.B. eigenes Fliesenmuster legen, Ablauf der Fliesenherstellung in richtige Reihenfolge bringen)
- Einfache Kinderspur (z.B. über einen begleitenden Rätselflyer/digitale Lösung)

Zusammenlegung der Museen

(Touristisches) Potenzial

- Spürbare Steigerung der Besucherzahlen im Museum
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung
- Ansprache neuer Zielgruppen (insb. Familien)
- Erhöhung der Wertschöpfung im Museumsshop
- Reduzierung der Betriebskosten
- Entlastung Ehrenamt

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe, Träger- und Förderverein „Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boizenburg e.V.“
- Fachbeteiligung: Denkmalschutz, Kultur, Bildung
- Externe Partner: Fachbüro Ausstellungsdesign/Szenografie

Nächste Schritte

- Entscheidung bzgl. Standort (Variantenvergleich)
- Entwicklung Trägermodell (z.B. Kooperationsvereinbarung zwischen Stadt und Träger- und Förderverein)
- Finanzierungsplan aufstellen und Fördermöglichkeiten prüfen
- Kuratierung der Ausstellungsinhalte (u.a. Entwicklung einer Leitstory sowie räumliche und inhaltliche Umsetzung, Entwicklung von Hands-On-Modulen, etc.)

Umsetzungshorizont:

- Mittelfristig

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- noch offen
- Fördermöglichkeiten: LEADER, Kulturelle Projektförderung MV
- Folgekosten: hoch (laufende Betriebskosten durch Personal)

Zusammenlegung der Museen: Variantenvergleich

Die Zusammenführung der beiden Museen kann entweder im Fliesenmuseum oder im Museum für Stadtgeschichte erfolgen.

Zusammenlegung im Fliesenmuseum:

- + optimale Lage an der geplanten Innenstadt-Schleife des Elberadwegs
- + schnellere Realisierung (Gebäude in einem guten Zustand, überschaubarer Umbau erforderlich)
- + klares Profil („Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ als erlebbarer Kern)
- Flächenknappheit, dadurch stärkere Kuratierung notwendig
- Besucherführung und Sonderflächen müssen gut geplant werden
- Schnelle Wirkung, starke Außenwahrnehmung und moderate Investitionen

Zusammenlegung im Museum für Stadtgeschichte:

- + mehr Fläche verfügbar, dadurch verschiedene Funktionen gut miteinander zu vereinbaren (Dauerausstellung, Wechselausstellung, Bildung)
- + hohe Flexibilität durch ausreichend Räumlichkeiten
- Weniger gute Lage (nicht direkt an der geplanten Innenstadt-Schleife)
- Hohe Investitionen und längere Realisierung durch erforderliche Sanierung
- größeres, multifunktionales Haus allerdings mit höheren Investitionen und aktiver Besucherlenkung (Lage) erforderlich

Zusammenlegung der Museen: Best Practice

Rogg-In (Pädagogisch-Poetisches Informationszentrum für Roggenkultur, Weißenstadt am See)

- Kombination aus Information (Anbau, Herstellung, Geschichte des Roggen) und Poesie (Inspiration, Nachdenken, Achtsamkeit)
- Umfassende multimediale Ausstellung, sehr hochwertige Aufbereitung
- Speziell für Kinder aufbereitete Informationen mit „Prof. Roggin“ (Rätsel-Aufgaben, Mitmachstationen)
- Führungs- und Veranstaltungsangebot
- Museumsshop mit kreativen Mitbringseln (Roggen-Kissen, -Mehl, Postkarten etc.)

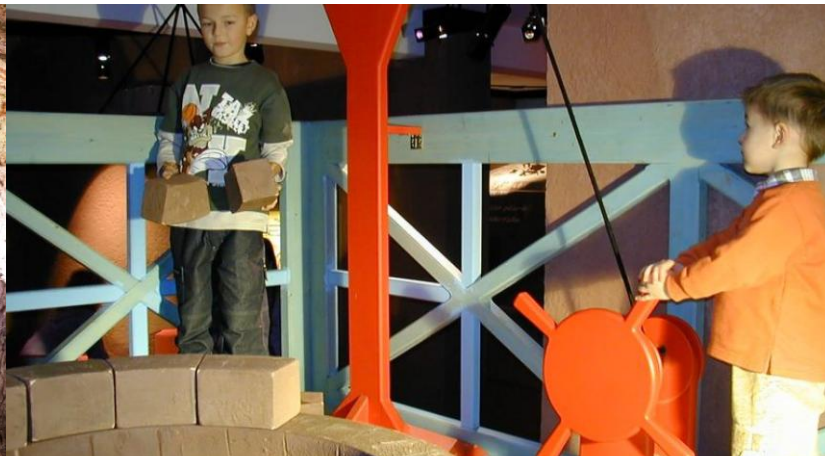
→ Durch hochwertige Ausstattung und kreative Umsetzung Kooperation mit bekannten Lebensmittel-Herstellern



Zusammenlegung der Museen: Best Practice

Burg Fleckenstein

- Rätsel-Abenteuer für Kinder (In- und Outdoor) mit Audio-Stationen, Rätsel- und Geschicklichkeitsaufgaben
 - Interaktiver Indoor-Ausstellungsbereich (P'tit Fleck) als Schlechtwetterangebot
 - Kreative Umsetzung der Themen
 - Ansprache von verschiedenen Altersgruppen
 - 20x Themenecken auf zwei Ebenen
- Meistbesuchte Ruine im Elsass





Kunstautomat am Museum

Am Eingang des kombinierten Museums kann ein Mikro-Kunstautomat installiert werden, der Mini-Kunstwerke im Fliesenstil und kleine Editionen lokaler Künstler:innen ausgibt (z.B. Mini-Fliesen, Karten, Pins, Sticker, kleine Drucke).

Der Mikro-Kunstautomat schafft mit geringem Aufwand einen sichtbaren Zugang zur Fliesenstadt Boizenburg/Elbe, der vor allem eine jüngere Zielgruppe anspricht. Gäste erhalten ein cooles und preisgünstiges Mitbringsel mit Sammeleffekt, das die Identität von Boizenburg/Elbe unmittelbar erlebbar macht. Gleichzeitig kann der Kunstautomat durch Kooperationen mit Künstler:innen die lokale Kunstszene stärken.

Durch die Platzierung im Außenbereich entsteht ein einfacher und trotzdem aufmerksamkeitsstarker Touchpoint auch außerhalb der Öffnungszeiten.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Erlebbarkeit für Gäste
- Stärkung der lokalen Kunstszene durch Kooperationen

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Träger- und Förderverein „Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boizenburg e.V.“

Nächste Schritte

- Automaten beschaffen bzw. umbauen (z.B. www.kunstautomaten.com)
- Standort klären
- Funktion, Betrieb und Wartung klären (Zuständigkeiten von Befüllung, Wartung, Bestandspflege etc.)

Umsetzungshorizont:

- Kann direkt in Umsetzung gehen

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- ca. 5.000 €
- Folgekosten: keine

Kunstautomat am Museum: Best Practice

- Initiiert 2001 durch die Agentur Kunsttick
 - Über 450 Künstler:innen aus Deutschland und weltweit liefern ihre Kunst für die Kunstautomaten
 - Für 4 € erhält man eine kleine Schachtel mit einem Kunstwerk sowie einen Beipackzettel, mit einem Einblick in das Leben und Werk des Künstlers, ein Teil des Erlöses geht an die Künstler:innen
 - Kostenfreie Lieferung und Bestückung sowie Wartung und Support der Kunstautomaten
- Über 250 Kunstautomaten in Deutschland und Europa



Fliesenbilder

Fortlaufend sollten zusätzliche Fliesenmotive und Mikro-Installationen im öffentlichen und halböffentlichen Raum realisiert werden. Ziel ist es, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und die Leitidee „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ sichtbar zu verankern. Die Umsetzung erfolgt modular – von kleinen, schnell realisierbaren Eingriffen bis hin zu punktuellen Highlights.

Mehr sichtbare Fliesenmotive schaffen Wiedererkennung, Fotopunkte und Anlässe zum Verweilen. Sie können zudem dazu beitragen, die einzelnen Orte in Boizenburg/Elbe (insbesondere Innenstadtbereich und Hafen) besser miteinander zu verknüpfen.

Die Fliesenbilder sind skalierbar und dadurch von den Kosten gut steuerbar. Die fortlaufende Umsetzung führt zu regelmäßig neuen sichtbaren Ergebnissen und trägt damit auch zur Identifikation und Wahrnehmung der lokalen Bevölkerung bei.

Die möglichen Bausteine für die Fliesenbilder werden auf den nächsten Folien dargestellt.

Touristisches Potenzial

- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
- Steigerung der Identifikation der lokalen Bevölkerung mit dem Thema

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Bürger:innen, Schulen, Künstler:innen, Kino Club Boizenburg e.V.
- Fachbeteiligung: Denkmalschutz

Nächste Schritte:

- Priorisierung Bausteine (u.a. Potenzial- und Standortliste)

Umsetzungshorizont:

- Fortlaufend

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Umsetzungs- und Folgekosten sind stark abhängig von passenden Kooperationsmöglichkeiten, sowohl mit Fliesenherstellern als auch Künstlerschaffenden.

Fliesenbilder

Mögliche Bausteine:

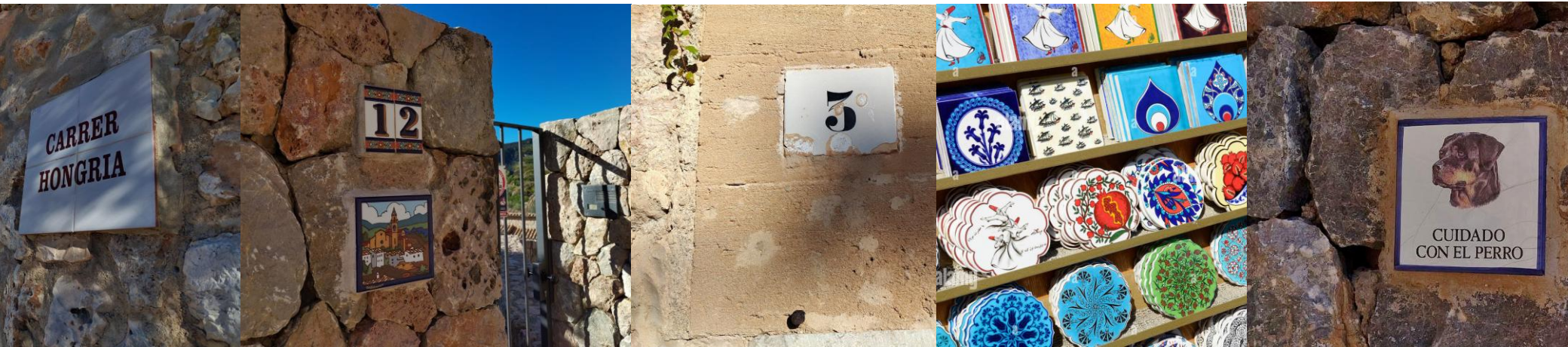
- Fliesenpatenschaften
- Größtes Fliesenmosaik Deutschlands
- Klassische Fliesenbilder an Neubau oder Sanierungen
- Hausnummern, Türschilder, Kennzeichnung von Gebäuden: Umsetzung z.B. in Form von Bestell- oder Fördermöglichkeiten für Eigentümer:innen
- „Fliesen statt Graffiti“: Umsetzung z.B. als Mitmachangebot vom Kino Club für Jugendliche, die eigene Fliesenmotive gestalten können, die im öffentlichen Raum ausgestellt/angebracht werden
- Fliesenbrunnen am Marktplatz (Reaktivierung der bestehenden Idee)
- Fliesen-Inlays an Sitzbänken, Pollern, Pflanzkübeln etc.
- Plakat-Designs in Fliesenoptik: einheitliches und hochwertiges Erscheinungsbild für Kultur- und Stadtfeste
- Fliesenmosaik an der Hafenmauer
- Fliesenmemory zum Spielen auf dem Kirchplatz/Stadtpark
- Jährliche „Fliese des Jahres“: Umsetzung als Bürgerbeteiligung – Bürger:innen/Schulen können Fliesenideen einreichen und bewerten. Die schönsten Fliesen werden gebrannt und ausgestellt (z.B. im Rathaus oder am Wall-Pavillon)
- Tierfiguren (Mosaik) am Weidenschneck
- Hochzeitsfliese als Geschenk für Brautpaare
- Fliesenuntersetzer bei Veranstaltungen im Rathaus
- Gestaltung (z.B. Beschriftung/Bezeichnung) der Brücken mit Fliesen



Fliesenbilder: Best Practice

Mallorca

- Hausnummern und häufig auch Straßennamen, Beschriftungen für historische Gebäude etc. auf Mallorca sind mit Fliesen gestaltet.
- Individuelle Gestaltung in Größe, Form etc., die trotzdem ein einheitliches Bild vermittelt
- Fliesen sind ein beliebtes Mitbringsel und auf Märkten und in Shops verfügbar (Hausnummern, Untersetzer, etc.)



Fliesenpatenschaften – My Tile

Ziel ist es sowohl bei Einheimischen als auch Gästen die Identifikation und den Bezug zur Fliesenthematik herzustellen und zu verbessern. Hierzu werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Jedes Schulkind bekommt zur Einschulung eine Fliese mit dem Namen, die an der Schule (oder an einem anderen Ort) – Idee: Rathausplatz (- Achtung Denkmalschutz) in den Boden eingelassen oder an eine große Wand angebracht wird – über die Jahre entsteht z.B. der größte Fliesenteppich Deutschlands oder ein riesiges Fliesenmosaik, in dem sich die ehemaligen Schüler:innen noch über Jahrzehnte wieder finden können.
- Gäste könnten ebenfalls die Möglichkeit bekommen eine Fliese zu gestalten, die dann einmal jährlich mit allen anderen Gäste-Fliesen auf ein Fliesenmosaik / Fliesenbild / Wall of fame angebracht wird. So werden Gäste zu Wiederholungsbesuchen animiert, um ihre Fliese im Stadtbild wiederzufinden. Grundsätzlich ist dies auch digital möglich, zum Beispiel durch ein digitales KI-generiertes Fliesenmosaik, das per Beamer im Museum gezeigt wird und immer die Fliesen des letzten Jahres zeigt. Natürlich sind auch andere konkrete Umsetzungen denkbar.
- Adoption einer Fliese auf dem „größten Fliesenmosaik Deutschlands“ für Einheimische und Gäste

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Identifikation der lokalen Bevölkerung mit dem Thema
- Generierung von Wiederholungsbesuchen

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Schulen

Nächste Schritte

- Gespräche mit Schulen führen – Idee vorstellen
- Konkrete Umsetzung vorplanen

Umsetzungshorizont:

- Beginn innerhalb eines Jahres möglich

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Ca. 20€ pro Fliese bei Bestellung im Internet, empfohlen wird aber eine langfristige Kooperation mit einem Fliesenhersteller.
- Die Fliesen der Kinder von Boizenburg/Elbe könnten durch den Verkauf von Gäste-Fliesen refinanziert werden. → direkte Sichtbarkeit der touristischen Wertschöpfungseffekte

Virtual Reality (VR)

Virtual Reality kann ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur Inszenierung des Themas „Fliese“ leisten. In folgenden Bereichen ist der Einsatz von VR denkbar und wird als sinnvoll erachtet:

- VR-Raum oder –Bereich im Fliesenmuseum: Mehrere verschiedene Themen können erlebnisrecht dargestellt und auch immer wieder gewechselt werden. Ein VR-Bereich erhöht die Flexibilität der Museumspädagogik und regt zu Wiederholungsbesuchen und auch Besuchen der Einheimischen an.
- VR-Rundgang Erlebnismanufaktur: Bei einem VR-Rundgang durch die Erlebnismanufaktur können Informationen zu Kunstwerken und Kunstschaffenden vermittelt werden, z.B. wie ein Kunstwerk entstanden ist.
- VR-Anwendungen im Outdoorbereich / Innenstadt: Durch VR-Brillen können weitere Fliesenbilder, Kunstwerke etc. ins Stadtbild projiziert werden, ggf. ist auch eine Kombination mit der Maßnahme „Fliesenpatenschaften – My Tile“ denkbar, siehe Folie 62.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Gästezahlen durch Ansprache einer neuen Zielgruppe (v.a. Familien, junge Erwachsene)
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Stadt Boizenburg/Elbe
- Anbieter von VR-Rundgängen

Nächste Schritte

- Vorgespräche mit potentiellen Anbietern
- Konkrete Umsetzung vorplanen – Themen definieren

Umsetzungshorizont:

- Beginn erst nach Entscheidung bzgl. Museumsstandorten sinnvoll.

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Die Kosten sind abhängig von der Art der Umsetzung und von dem darzustellenden Inhalt und variieren stark.
- Förderung: LEADER
- Ggf. Kooperation mit dem Tourismusverband und/oder anderen Museen in der Umgebung sinnvoll.

Virtual Reality: Best Practice

Timeride Köln

- Gäste sitzen in einem original Nachbau der Kölner Straßenbahn aus dem Jahr 1926 und erleben Köln in der damaligen Zeit durch die VR-Brille – Schienenrattern, Rütteln und Fahrtwind inklusive.
 - Das Konzept bietet Einblicke in die Historie der Rheinmetropole, verknüpft mit digitalen Animationen und audiovisuellen Elementen.
 - Unter dem Label TimeRide GO! Werden Führungen durch die Kölner Altstadt angeboten, die durch VR-Animationen verschiedene Epochen der Stadtgeschichte lebendig präsentieren.
 - Die Führungen werden mehrmals täglich angeboten und kosten 29,90€ pro Person.
- Ausgezeichnet mit dem Deutschen Tourismuspreis.



Fliesenrallye

Die bestehende Fliesenrallye sollte neu aufgelegt und erweitert werden. Neben den Fliesenbildern in der Innenstadt werden weitere Sehenswürdigkeiten (Weidenschneck, Wall, Hafen) eingebunden. Es ist denkbar die Fliesenrallye in zwei Schleifen anzubieten:

- Stadt-Rallye (kompakt, 60-90 Minuten, z.B. Strecke der Altstadttrunde aufgreifen)
- Umland-Rallye (2-3 Stunden inkl. Stadtpark, Elwkieker, z.B. Strecke der Stadt-Land-Fluss-Tour aufgreifen)

Ein Sammelcharakter (Rätsel-Aufgaben, Stationen zum Abpausen) motiviert die Kinder. Wer am Ende das richtige Lösungswort errät und alle Stationen gesammelt hat erhält eine kleine Aufmerksamkeit in der Stadtinformation (z.B. Minifliese, Sticker).

Neben der räumlichen Erweiterung sollte die Fliesenrallye auch inhaltlich aufgewertet werden. Mit Hilfe eines Rätsel-Flyers werden die Familien durch Boizenburg/Elbe geführt. Im Flyer sind Aufgaben gestellt, die nur vor Ort gelöst werden können (z.B. Fliesenbilder müssen vor Ort durch Abpausen vervollständigt werden, es gilt ein Geheimversteck am Weidenschneck zu finden etc.). Das Angebot kann als rein analoger Themenweg entwickelt, oder aber in Kombination mit den bestehenden EntdeckerRouten als kombiniertes Angebot aus digitalen und analogen Elementen umgesetzt werden. Durch die Fliesenrallye entsteht ein neues Familienangebot, welches den Fokus auf die Verknüpfung der bestehenden Angebote legt.

Die Aufenthaltsdauer von Familien wird erhöht und fördert über die zwei Schleifen einen Wiederbesuch.

Alternativ kann die Fliesenrallye auch mit aufwändigeren Stationen als Outdoor-Escape-Spiel aufgebaut werden. Damit werden gezielt auch junge Erwachsenen angesprochen. Die Stationen werden dabei aufwändiger gestaltet, es können auch digitale Elemente und die Gastronomie vor Ort mit eingebunden werden (z.B. muss im Café ein Name erfragt werden oder eine „polizeiliche“ Telefonnummer angerufen werden). Die Umsetzung als Outdoor-Escape-Spiel wird in Zusammenarbeit mit einem externen Partner empfohlen.

Fliesenrallye

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Gästezahlen durch Ansprache einer neuen Zielgruppe (v.a. Familien, junge Erwachsene)
- Generierung von Wiederholungsbesuchen
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- je nach Umsetzung Generierung von direkten Einnahmen

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

- Routenfindung und Konzeption

Umsetzungshorizont:

- Kurzfristig

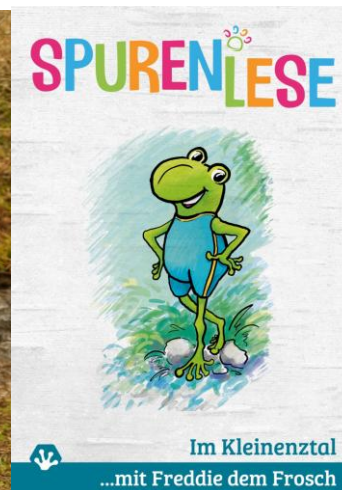
Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Je nach Umsetzung: 20.000 – 60.000 €
- Fördermöglichkeiten: LEADER
- Folgekosten: gering (laufende Pflege und Instandhaltung)

Fliesenrallye: Best Practice

Spurenlese Kleinental

- + Umsetzung über minimale Inszenierung in der Landschaft, dadurch geringer Abstimmungsaufwand und Umsetzungskosten
- + Kreativität und Selbstwirksamkeit wird gefördert
- + eingebettet in einen konzeptionellen Gesamtrahmen, Vernetzung mit weiteren Tourismusangeboten für Familien
- + attraktive Wegführung auf vielen naturbelassenen Pfaden
- + geringer Pflege- und Instandhaltungsaufwand
- Broschüre muss am Start zur Verfügung gestellt werden (optimalerweise durch einen Kooperationspartner wie Gastronomie oder durch eine entsprechende Box)
- innovativer Erlebnispfad für Familien auf Basis einer illustrierten Mitmach-Broschüre



Fliesenrallye: Best Practice

Outdoor Escape Freiburg (Berggeheimnis)

- Story des Rätsels ist auf die Geschichte der Stadt (Festungsbau Vauban) angepasst: Kombination aus Stadtgeschichte und Rätsel-Spaß
 - Strecke führt an wichtigen Sehenswürdigkeiten, passend zum Thema Vauban, vorbei
 - Online Buchbar
 - In drei Sprachen verfügbar
 - Für unterschiedliche Gruppengrößen geeignet (3-36 Personen)
 - Alle notwendigen Rätselunterlagen werden gestellt (Spind mit Equipment kann mit Hilfe eines Codes am Startpunkt abgeholt und auch wieder zurückgegeben werden)
- Ausgezeichnet als „Tourismushelden2025“



Wall-Pavillon als „Candle-Light-Location“

Der Wall-Pavillon ist eine Besonderheit am Boizenburger Wall. Zukünftig kann er als mikroskopischer Erlebnisort für exklusive Abendformate genutzt werden. Zunächst muss dieser dafür baulich gesichert und saniert werden.

In Kooperation mit der lokalen Gastronomie sollte ein Konzept für exklusive und buchbare Abendveranstaltungen entwickelt werden, z.B. abendliche Themen-Stadtführung mit anschließendem Candle-Light Dinner im Pavillon für 1-4 Personen (erste Idee: Fondue/Raclette im Winter, Tapas/Degustation im Sommer).

Das Format schafft ein hochwertiges und seltenes Signature-Erlebnis am Wall und generiert zusätzliche Wertschöpfung für die lokale Gastronomie.

Als dauerhaftes Element kann ein Gästebuch aus beschreibbaren Mini-Fliesen entstehen, die im Pavillon verbleiben und als kleine Ausstellung dienen. Dadurch wird der Wall-Pavillon zum kleinsten Museum von Boizenburg/Elbe und auch tagsüber zu einem neuen Besucherpunkt am Wall. Alternativ kann auch die „Fliese des Jahres“ als laufende Dauerausstellung im Pavillon ausgestellt werden.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der regionalen Bekanntheit
- Direkte Wertschöpfung für Gastronomie-Partner

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Stadt Boizenburg/Elbe in Kooperation mit einem lokalen Gastronomen

Nächste Schritte

- Kostenschätzung zur Sanierung des Wall-Pavillon in Abstimmung mit dem Denkmalschutz
- Kontaktaufnahme lokale Gastronomie und Entwicklung Betriebskonzept

Umsetzungshorizont:

- mittelfristig

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Die Kosten sind stark abhängig von den Kosten für die Sanierung und bauliche Umsetzung. Eine Grobkostenschätzung ist ohne eine statische und bauliche Bewertung nicht möglich.
- Fördermöglichkeiten: LEADER-Förderung, Städtebau

Touristisches Leitsystem

Nach Abschluss bzw. Klärung der zentralen Projekte (Innenstadtschleife Elberadweg, Erlebnismanufaktur, Weiterführung der Museen etc.) sollte das touristische Leitsystem überarbeitet und gesamtstädtisch neu aufgesetzt werden.

Wichtig ist, dass das neue Leitsystem übersichtlich, klar und strukturiert ist. Dabei soll es mehr Orientierung bieten als das bisherige Leitsystem und Stadt, Wall und Hafen eindeutig miteinander verbinden. Gebäude- und Objektbeschriftungen (z.B. Geschichte und Hintergrund Fliesenbilder) können als städtischer Rundgang in das Leitsystem integriert werden. Im Design des Leitsystems kann das Thema „Fliese“ ebenfalls aufgegriffen werden.



Übersicht Maßnahmenpaket 2

Erlebnis Hafen und Wasser



Hafen als Anker für Boizenburg/Elbe positionieren, um Aufenthaltsqualität und Sichtbarkeit zu erhöhen.

- Erlebnismanufaktur Hafen →  Schlüsselprojekt
- Größtes Fliesenmosaik Deutschlands →  Highlight
- Wasserwanderkarte →  Quick-Win
- Wohnmobilstellplätze am Hafen
- Kanu und SUP-Verleih

Schlüsselprojekt

Erlebnismanufaktur Hafen

Am Hafen kann durch die Erlebnismanufaktur ein zweiter Kristallisationspunkt für Boizenburg/Elbe entstehen.

Die Erlebnismanufaktur vereint zahlreiche Funktionen unter einem Dach:

- Gastronomie
- Touristinformation mit kleinem Shop
- Flexible Ausstellungs-/Werkstatträume für Mitmach- und Schaulernformate

Die Erlebnismanufaktur dient tagsüber als niedrigschwelliger Anlaufpunkt für Gäste (Information, Tickets, Tipps, Souvenirs, Radabstellmöglichkeit, Ladestation) und wird abends zum sozialen Ort am Wasser (Gastronomie, Veranstaltungen).

Durch die Erlebnismanufaktur kann die Aufenthaltsqualität und die Frequenz am Hafen deutlich gesteigert werden. Durch die Gastronomie und das Shop-Angebot wird Wertschöpfung erzielt, gleichzeitig ermöglicht die Service-Bündelung langfristig einen verhältnismäßig personalarmen Betrieb.

Langfristig ist es – je nach Lage der Erlebnismanufaktur – denkbar, Sanitäräume für den naheliegenden Wohnmobilstellplatz in der Erlebnismanufaktur unterzubringen und dadurch die bestehende Situation mit den öffentlichen Toiletten zu verbessern.

Touristisches Potenzial

- Spürbare Erhöhung der Besucherfrequenz am Hafen
- Direkte Generierung von Einnahmen
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Gastronomie, Kunst-/Manufakturpartner

Nächste Schritte

- Machbarkeitsstudie (Standort- und Variantenvergleich sowie Wirtschaftlichkeits- und Betriebskonzept)
- Partnergewinnung

Umsetzungshorizont:

- Machbarkeitsstudie kann zeitnah begonnen werden, Umsetzung erfolgt mittel- bis langfristig

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Die Kosten sind stark abhängig von der Art der Umsetzung und davon, ob eine geeignete Immobilie zur Verfügung steht und in welcher Form sich diese nutzen lässt. Eine Grobkostenschätzung ist in diesem frühen Konzeptions-Stadium also nicht möglich.

Erlebnismanufaktur Hafen: Best Practice

Welcome Center Kiel

- Kombination aus Erlebnis-, Informations- und Aufenthaltsort in Kiel
 - Persönliche Beratung und umfangreicher Souvenir-Shop (inkl. Online-Shop)
 - Nachhaltige und umweltverträgliche Materialien (aufgearbeitet Holzbohlen dienen als Sitzfläche)
 - Media-Bug: virtuelle Fahrten auf der Kieler Förde, Kiel in 3D
 - Regelmäßig wechselnde Kunstobjekte (Pop-Up Möbel in Eisberg-Form, 5m großer Wal aus Holz)
 - Ticketverkauf für Veranstaltungen (Theater, Konzerte, Sportveranstaltungen uvm.)
 - Welcome Café (privater Betrieb) mit Kaffee, Kuchen, Mittagstisch etc.
- Hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einer festen Größe in der Stadt Kiel etabliert, stetige Vergrößerung des Sortiments, Treffpunkt für Gäste und Einheimische



Erlebnismanufaktur Hafen: Best Practice

Haus des Tourismus Stuttgart

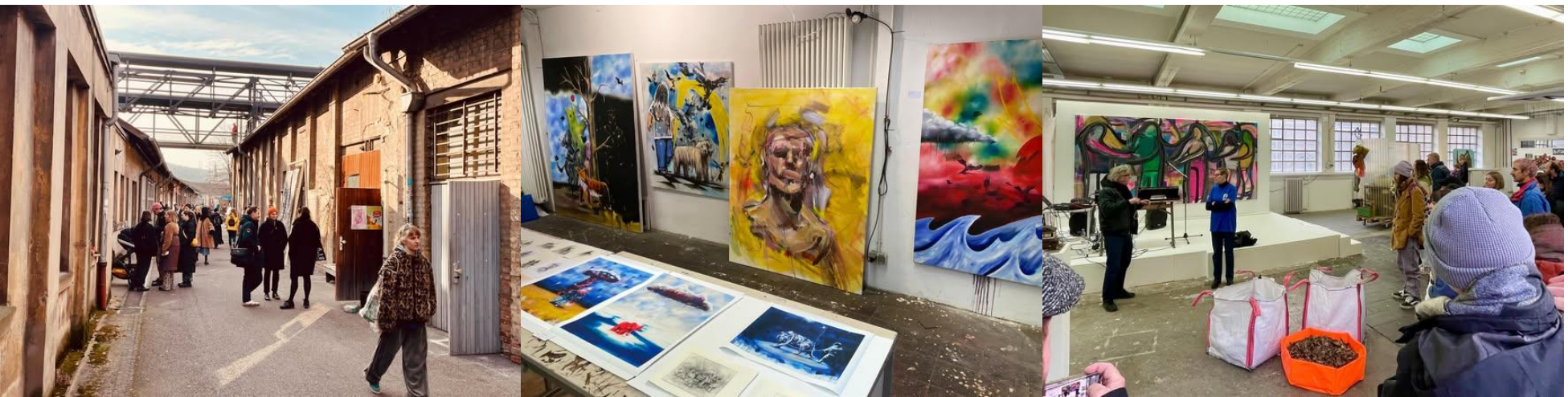
- Kombination aus Touristinformation, Gastronomie, Tagungsräumen, Büros und Aufenthaltsbereichen
- Visitenkarte und repräsentatives Schaufenster für den Tourismus in Baden-Württemberg
- Touristinformation im Erdgeschoss (persönliche Beratung, Ticketverkauf, Stadtführungen, Souvenirs) mit LED-Wand
- Restaurant „knitz“ im Erdgeschoss
- 3x Tagungsräume im ersten Stock
- Büros der Stuttgart-Marketing GmbH, Region Stuttgart Marketing Tourismus GmbH und der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- Nachhaltige Umsetzung: ressourcenschonende Sanierung, Dach- und Fassadenbegrünung, regionale Produkte, Barrierefreiheit



Erlebnismanufaktur Hafen: Best Practice

Weltkulturerbe Völklinger Hütte / Saarland

- Handwerker-gasse als Eingang zwischen Kasse und dem eigentlichen Weltkulturerbe. Alle Gäste des Weltkulturerbes passieren die Handwerker-gasse.
 - Die Handwerker-gasse beheimatet schon lange keine Handwerker im eigentlichen Sinne mehr, sondern freie Kunst- und Kulturschaffende, die jeweils ihren eigenen Bereich haben und hier arbeiten und gleichzeitig ihre Werke ausstellen.
 - Aus der Saarbrücker Zeitung: „Einer der schrägsten Standorte Europas - Die Handwerker-gasse am Weltkulturerbe Völklingen ist Atelier, Forschungsstandort, Werkstatt und Heimat zugleich. Kaum irgendwo sonst können Kunst-Studierende so frei und gleichzeitig gemeinschaftlich arbeiten wie hier.“
 - Im Kassengebäude des Weltkulturerbes befinden sich weitere obligatorische Bereiche wie ein Shop / Merchandise, ein Café sowie eine Outdoor-Ausstellung, die rund um die Uhr zugänglich ist.
- Bedeutsamstes Industriedenkmal Deutschlands, stetige Erhöhung der Besucherzahlen





Highlight

Größtes Fliesenmosaik Deutschlands

Realisierung eines großflächigen Fliesen-Land-Art-Motivs, das Boizenburg/Elbe als die Stadt mit „dem größten Fliesenmosaik Deutschlands“ weit über die Region hinaus bekannt macht.

Das größte Fliesenmosaik Deutschlands schafft ein einprägsames Highlight und einen starken Marketing-Anker für Boizenburg/Elbe. Es leistet einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Besucherfrequenz (Foto-Spot).

Das Fliesenmosaik sollte modern interpretiert und in Kooperation mit einer:m zeitgenössischen Künstler:in umgesetzt werden.

Optimalerweise ist das Fliesenmosaik so positioniert, dass es sich sowohl vom Wasser aus (Fahrgastschiffahrt), als auch vom Elwkicker aus der Ferne (Fernrohr) betrachten lässt. Gleichzeitig sollte das Fliesenmosaik fußläufig erreichbar sein und als Foto-Spot vor Ort dienen.

Eine Umsetzung ist sowohl vertikal als auch horizontal/terrassiert (begehbare Variante) denkbar.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperation: Träger- und Förderverein „Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boizenburg e.V.“
- Fachbeteiligung: je nach Standort Naturschutzbehörde, STALU

Nächste Schritte

- Standort-Scouting (inkl. Prüfung der Sichtachsen)
- Vorabstimmung Natur- und Hochwasserschutz
- Recherche von Künstler:innen bzw. künstlerische Aufgabenstellung

Umsetzungshorizont:

- mittelfristig

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- Die Kosten für das Fliesenmosaik hängen sehr stark von der Größe des Mosaiks ab sowie davon, ob eine passende Grundfläche zur Verfügung steht (z.B. intakte Mauer).
- Fördermöglichkeiten: Kulturförderung, Sponsoring („Adoptiere eine Fliese“)

Größtes Fliesenmosaik Deutschlands: Best Practice

Wandmosaik „The Kiss of Freedom“

- Kunstwerk in Barcelona “El Mon Neix en Cada Besada” (Plaza de Isidre Nonell)
 - Einzelne Fotos wurden von Einheimischen eingesendet und durch den Künstler Joan Fontcuberta und den Keramiker Antoni Cumella zum Kunstwerk verarbeitet
 - Umsetzung: Einreichung von Fotos nach einem Aufruf in der Zeitung (Thema: „Momente der Freiheit“), aus den Fotos wurden dann 4.000 Keramikfliesen hergestellt und zu dem Kunstwerk zusammengesetzt
 - Ursprünglich als vorübergehende Installation geplant, hat die Stadtverwaltung aufgrund der positiven Rückmeldungen beschlossen, das Gemälde dauerhaft bestehen zu lassen
- Sehr positive Rückmeldungen, Lockt zahlreiche Touristen an, wird auf zahlreichen Blogs als Highlight gelistet





Quick-Win

Wasserwanderkarte

Als schnelle und einfache Maßnahmen sollte eine Wasserwanderkarte für die Elbe und Sude in Kooperation mit dem Biosphärenreservat und den umliegenden Kommunen erstellt werden.

Die Karte sollte übersichtlich alle Befahrungs-, Nutzungs- und Verhaltensregeln auf den Gewässern zusammenfassen, aber ebenso Anlegerplätze, Slip-Anlagen, Ein- und Ausstiegsplätze, Rastplätze und Service-Punkte etc. kennzeichnen. Die Inhalte sollten sowohl als Print-Faltkarte als auch online (Website Tourismusverband, Stadt, Biosphärengebiet; relevante Plattformen und Apps wie Canua) zur Verfügung gestellt werden. Optimalerweise sind alle Freizeitbeschäftigungen rund um das Thema Wasser (Kanu, SUP, Angeln, Baden etc.) in der Wasserwanderkarte integriert.

Die Wasserwanderkarte dient zur Orientierung und Rechtssicherheit und leistet einen wichtigen Beitrag zur Besucherlenkung. Gleichzeitig dient sie aber auch dazu, das Wassererlebnis-Angebot in Boizenburg/Elbe und der gesamten Region sichtbar- und komfortabel nutzbar zu machen.

Touristisches Potenzial

- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- Besucherlenkung

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Biosphärenreservat
- Kooperationen: Stadt Boizenburg/Elbe, umliegende Kommunen

Nächste Schritte

- Kontaktaufnahme Biosphärengebiet

Umsetzungshorizont:

- Umsetzung kann direkt begonnen werden

Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- 5.000 €
- Fördermöglichkeiten: LEADER, Biosphärenreservat
- Folgekosten: keine

Wohnmobilstellplätze am Hafen

Das Wohnmobilangebot am Hafen sollte weiterentwickelt werden. Dabei gibt es zwei Bausteine:

- **Funktionale Aufwertung des bestehenden Wohnmobilstellplatzes:** Am bestehenden Wohnmobilstellplatz sollte die Sanitärsituation verbessert werden. Die öffentlichen Toiletten sind wenig einladend und nicht zuverlässig geöffnet. Je nach Standort der Erlebnismanufaktur ist eine Kombination und Ausbau der Sanitäranlagen (Duschen) denkbar. Ansonsten sollten die öffentlichen Toiletten regelmäßiger gereinigt und zuverlässig geöffnet werden. Optimalerweise wird eine Wasserver- und -entsorgung umgesetzt. Ggf. ist eine Kombination mit dem neuen geplanten Stellplatz möglich. Nach den Verbesserungen sollte eine entsprechende Parkgebühr (App-gesteuert/Parkautomat) eingeführt werden.
- **Neuentwicklung eines Wohnmobilstellplatzes südlich vom Hafen:** Im Grünen kann ein zweiter kleiner Wohnmobilstellplatz in direkter Nähe zum Weidenschneck umgesetzt werden. Auch hier sollten Sanitäranlagen, Strom, sowie eine Wasserver- und -entsorgung mit eingeplant werden. Der finale Standort kann erst nach der Deichverlegung festgelegt werden, allerdings können notwendige Versorgungsleitungen im Rahmen der Bauarbeiten bereits eingeplant und umgesetzt werden.

Beide Stellplätze sollten auf gängigen Stellplatz-Portalen sowie wichtigen Webseiten (Stadt, Tourismusverband) eingestellt und entsprechend beworben werden.

Die Weiterentwicklung des Wohnmobilangebots erhöht die Übernachtungskapazitäten, steigert die Frequenz am Hafen und schafft klare Wertschöpfungsmöglichkeiten.

Wohnmobilstellplätze am Hafen

Touristisches Potenzial

- Spürbare Steigerung der Gästezahlen durch Erhöhung der Übernachtungskapazitäten
- Je nach Umsetzung: Direkte Wertschöpfung durch Einnahmen
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

- Konzepterstellung mit Wirtschaftlichkeitsberechnung und Entwicklung Betreibermodell

Umsetzungshorizont:

- Mittelfristig

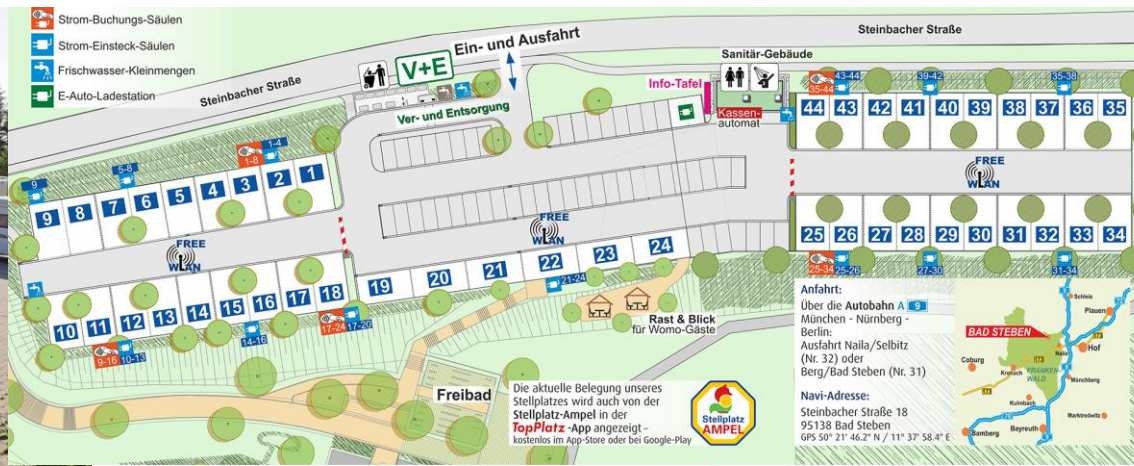
Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- 15.000 € (Konzeption und Wirtschaftlichkeitsberechnung)
- 50.000 € (Bauliche Umsetzung)
- Folgekosten: hoch (Betrieb und laufende Kosten; variieren je nach Betreibermodell und Ausbaustufe)

Wohnmobilstellplatz: Best-Practice

Wohnmobilstellplatz Bad Steben

- 24 moderne Wohnmobilstellplätze
 - Optimale Anbindung an Therme, Gesundheitszentrum und Kurpark
 - 60qm pro Stellplatz, viel Grün
 - Kostenloses WLAN, Sat, Radio und TV
 - Inkl. Stromanschluss, Frischwasser und Entsorgungsmöglichkeit
 - Online-Buchungsmöglichkeit
 - Sanitärgebäude mit WCs, Duschkabinen, Waschtisch, Waschmaschine und Trockner
 - Kassenautomat zur Anmeldung und Bezahlung (24-Stunden Check-in und Drive-In)
- Steigerung der Besuchszahlen der Therme



Kanu- und SUP-Verleih

Am Hafen könnte ein autarker Kanu-/SUP-Verleihautomat installiert werden. In Kombination mit der Wasserwanderkarte werden die Wasserwandermöglichkeiten auf Sude und Elbe für Gäste niedrigschwellig erreichbar und besser sichtbar. Insbesondere eine jüngere und sportliche Zielgruppe wird angesprochen.

Für den Betrieb gibt es verschiedene Möglichkeiten, der Bootssportverein Boizenburg Elbe e.V. ist ein möglicher Partner für den Betrieb des Verleih-Automaten. Ebenfalls ist es denkbar zunächst einen Testbetrieb per Leasing umzusetzen um Technik, Akzeptanz und Wirtschaftlichkeit zu prüfen.

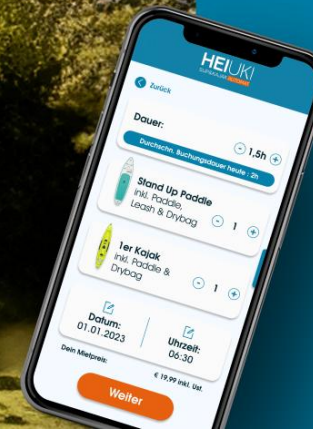


Kanu- und SUP-Verleih: Best Practice

Heiuki (SUP und Kajak Automat)

- Autarker SUP und Kajak-Verleih Automat
- Komplette autarker Betrieb durch integrierte Photovoltaikanlage
- Mobiles System – kein Aufbau des Automaten notwendig
- Marketing, Kundensupport und Software wird von Heiuki übernommen
- Leasing-Angebote und Standort-Partnerschaften (kein eigener Betrieb) möglich
- Kostenlose Standortanalyse

**DAS INNOVATIVE
VERLEIHSYSTEM**



Übersicht Maßnahmenpaket 3

Aktiv erleben



Genussorientierte Rad- und Wanderangebote, um Wochenendgäste zu gewinnen.

- Rad- und Wanderangebot
- Service-Infrastruktur Rad

Rad- und Wanderangebot

Um ein gutes Basisangebot für Naturerlebnisse zu schaffen, sollten die lokalen Rad- und Wanderwege in Boizenburg/Elbe weiterentwickelt werden.

Im Bereich Rad ist ein gutes Basisangebot mit verschiedenen Touren vorhanden. Wichtig ist hier zukünftig die digitale Auffindbarkeit der Touren (gängige Portale, gpx-tracks zum runterladen, Website Tourismusverband und Biosphärengebiet etc.; siehe auch Maßnahme Qualitätsinitiative Online Marketing). Zusätzlich eignet sich die Tour Dorf(er)leben prinzipiell gut für Familien und sollte entsprechend aufgewertet werden. Analog zur Fliesenrallye kann durch kleine Rätselaufgaben und punktuelle Erlebnisstationen die Tour niederschwellig für Familien mit Kindern attraktiviert werden.

Das Wanderangebot in Boizenburg/Elbe sollte um 1-2 ausgewählte Strecken ergänzt werden. Die bisherigen Wandertouren sind mit max. 5 km alle sehr kurz und eignen sich nur für kleinere Spaziergänge. Es wird empfohlen, die bestehende Altstadttrunde und die Tour Stadt-Land-Fluss in Form der Fliesenrallye für Familien aufzuwerten. Zusätzlich kann die Tour Stadt-Land-Fluss relativ einfach zu einer „Biosphärenrunde“ erweitert werden. Eine weitere längere Wandertour, z.B. „3-Flüsse-Tour“ vervollständigt das Angebot. Erste Streckenmöglichkeiten sind auf den nächsten Folien beschrieben. Auch die Wandertouren müssen zukünftig digital besser auffindbar sein.

Dadurch leistet das Rad- und Wanderangebot einen Beitrag zur Aufenthaltsverlängerung der Gäste und schafft auf niedrigschwellige Weise ein neues Familienangebot in Boizenburg/Elbe.

Rad- und Wanderangebot

Touristisches Potenzial

- Verlängerung der Aufenthaltsdauer und dadurch indirekte Wertschöpfung in Gastronomie, Einzelhandel, Museen etc.
- Besucherlenkung

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

- Bestehende Touren als gpx bereitstellen und in wichtige Portale einpflegen
- Konzeption für Familientour Dorf(er)leben erarbeiten
- Konzeption für Biosphärenrunde und 3-Flüsse-Tour erarbeiten

Umsetzungshorizont:

- Konzeptionen können zeitnah angestoßen werden, Umsetzung erfolgt mittelfristig

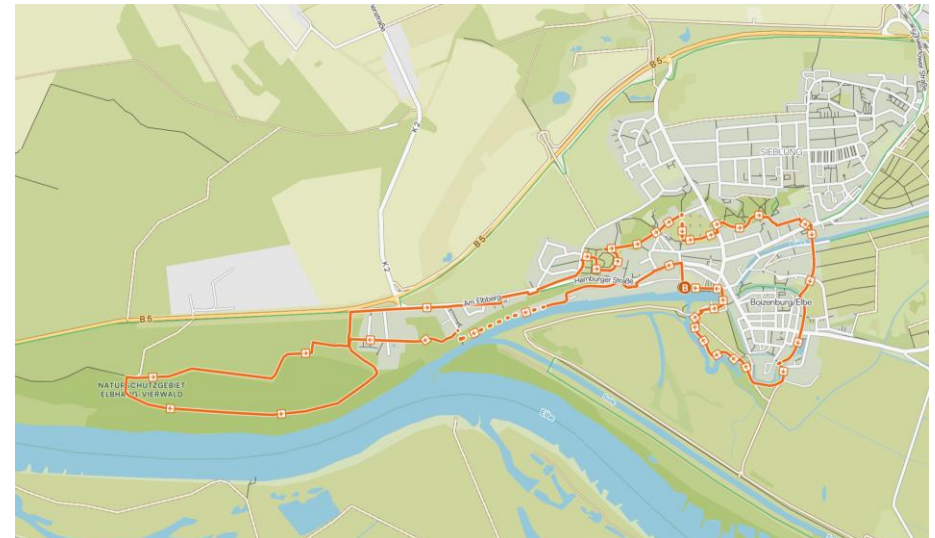
Grobkostenschätzung und Folgekosten:

- 30.000 €
- Fördermöglichkeiten: LEADER
- Folgekosten: gering (regelmäßige Pflege der Beschilderung und ggf. Begleitinfrastruktur)

Rad- und Wanderangebot

Die Tour Stadt-Land-Fluss kann mit dem Vierwald-Erlebnispfad und den Eichen zu einer „**Biosphärenrunde**“ ergänzt werden. Start und Ziel der Runde kann am Hafen (zuk. Erlebnis-manufaktur) sein, von dort führt die Strecke an der Boize und Sude bis zum Schiffsanleger und von dort über den Elwkieker zum Vierwald-Erlebnispfad. Zurück geht es über den Stadtpark und den Eichen zum Wall und über den symphonischer Weidengang.

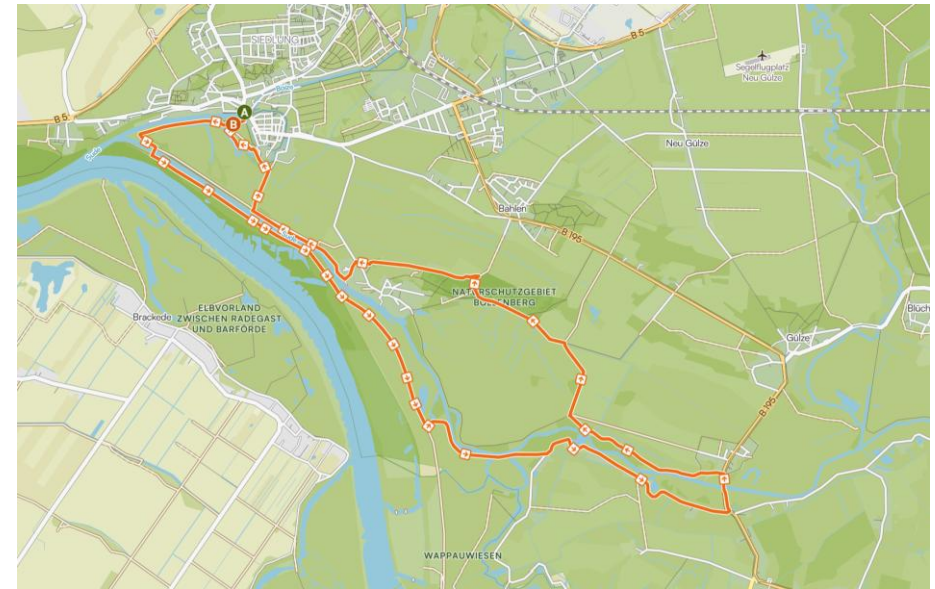
Die Strecke hat rund 11 km und 100 hm.



Rad- und Wanderangebot

Die Deichtour groß kann zur „**3-Flüsse-Tour**“ erweitert werden. Start und Zielpunkt ist ebenfalls der Hafen (zuk. Erlebnismanufaktur). Von dort führt die Strecke zunächst am Elbdeich entlang (finale Streckenführung kann erst nach Deichverlegung festgelegt werden) und führt dann hinter Gothmann an der Sude entlang. Bei Bandekow wird die Sude überquert und die Strecke führt über das Naturschutzgebiet Bollenberg durch Gothmann, an der Sude und dem Schacksgraben (symphonischer Weidengang) zurück zum Hafen.

Die Strecke hat rund 18 km und 20 hm.



Rad- und Wanderangebot: Best Practice

Benno-Bauer-Radweg

- Erlebnispfad mit zwei Schlaufen (Rad und Wandern) für Familien zum Thema Landwirtschaft
- Begleitet durch eigenes Maskottchen „Benno Bauer“
- Niedrigschwellige Umsetzung mit Thementafeln, Mitmachaktionen und punktuellen Spielstationen
- Landwirtschaftliche Betriebe an der Strecke werden durch passende Mitmachaktionen und Schilder direkt mit in die Strecke eingebunden



Service-Infrastruktur Rad

Die Service-Infrastruktur für Radfahrer:innen sollte laufend weiterentwickelt werden. Hierbei handelt es sich vor allem um einzelne kleine Maßnahmen, u.a.

- **Anlehnbügel für Radfahrer an zentralen Punkten:** am Museum und Kino, südlich am Rathausplatz (direkt an der Innenstadtschleife des Elberadwegs), an der Erlebnismanufaktur etc.
- **E-Bike-Lademöglichkeiten:** z.B. im Museum, Erlebnismanufaktur
- **Trinkwasser-Refill-Stationen** ausweisen (kostenlose Möglichkeit Trinkwasser aufzufüllen)
- **Gepäck-Schließfächer** bzw. kostenfreie Aufbewahrung: Museum, Touristinformation, Erlebnismanufaktur etc.

Alle Services sollten vor Ort gekennzeichnet und auch digital auffindbar (Website, Google Maps etc.) auffindbar sein.

Eine optimale Service-Infrastruktur schafft eine Willkommens-Situation für Radfahrende. Sie profiliert Boizenburg/Elbe als einen Radfreundlichen Ort und trägt dazu bei, die Verweildauer der Gäste – insbesondere der Gäste vom Elberadweg – zu verlängern.

Die Umsetzung sollte Hand in Hand mit den weiteren Maßnahmen (z.B. Zusammenführung der Museen, Erlebnismanufaktur) vollzogen werden, um die Service-Infrastruktur optimal auf das zukünftige Angebot anzupassen.

Übersicht Maßnahmenpaket 4

Kultur, Events & Kooperationen



Regelmäßige touristisch anschlussfähige Formate, um Sichtbarkeit zu erhöhen und die Saison zu verlängern.

- Events „Fliesenfestival“
- Nacht der Fliesen
- Kooperationen – Fliesenhersteller & Designer
- Kooperationen - Ravensburger



Highlight

Events „Fliesenfestival“

Als wichtiger Frequenzbringer kann jährlich die „Fliesen-Biennale“ oder das „Fliesenfestival“ in Boizenburg/Elbe ausgerichtet werden. Das Festival findet im Frühjahr oder Herbst statt und bietet so zudem eine Möglichkeit der Saisonverlängerung. Fliesen werden am Fliesenfestival als Leitmotiv sichtbar inszeniert, werden aber kulturell durch verschiedenste Angebote breit ergänzt. Erste Ideen sind:

- Bühnen der Stadt: Auf mehreren kleinen Open-Air-Spots finden Konzerte, Lesungen, Kabarett, Performances statt – für jeden ist etwas dabei
- Streetfood und regionale Gastronomie: Betriebe können hochwertige und innovative Speisen präsentieren
- Fliesenbörse: die bestehende Fliesenbörse des Fliesenmuseums kann in das Festival eingebunden werden und erhält dadurch einen festlichen Rahmen und mehr Frequenz
- Kunstmarkt: Regionale Künstler:innen können sich präsentieren
- Mitmachangebote: Live-Fliesenbrennen, Mosaik-Workshops etc.
- Film-Rahmenprogramm
- Digitaler Twist: eine eigene App „Fliesen-Tetris“ kann umgesetzt und am Festival beworben werden: Das bekannte Spiel Tetris wird im Fliesen-Look neu aufgelegt und ist für alle Nutzer:innen im App-Store verfügbar. Auf dem Fliesenfestival wird jährlich der „Fliesen-Tetris-Preis“ verliehen: Alle Gäste können mitspielen (Übertragung der Spiele auf einem Bildschirm), der:die Gewinner:in wird am Ende geehrt und erhält einen kleinen Preis

Events „Fliesenfestival“

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Besucherfrequenz und dadurch indirekte Wertschöpfung
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
- Stärkung der lokalen Kunstszene durch Kooperationen

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperationen: Vereine, Gastronomie, Künstler:innen etc.

Nächste Schritte

- Terminfindung und Kurationsleitbild
- Partneransprache

Umsetzungshorizont:

- Mittelfristig

Grobkostenschätzung:

- Eigenleistung



Highlight

Nacht der Fliesen

Die Nacht der Fliesen kann ein abendliches Highlight für Boizenburg/Elbe werden, entweder begleitend zum Fliesenfestival oder als eigenständiger Termin im Spätherbst/Winter.

Dabei wird die Innenstadt von Boizenburg/Elbe und insbesondere auch die Fliesenbilder in der Innenstadt (perspektivisch auch das größte Fliesenmosaik Deutschlands) stimmig illuminiert. Ergänzend werden auch weitere Stadthighlights (Rathaus, Weidenschneck, Bäume im Stadtpark, Altendorfer Teich) ins Licht gesetzt.

Die Illuminationen werden stimmungsvoll und hochwertig durch ein Rahmenprogramm ergänzt, z.B. abendliche Themenführungen, Musik und Konzerte, Genuss-Inseln, langer Abend der Geschäfte.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der Besucherfrequenz und dadurch indirekte Wertschöpfung
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
- Stärkung der lokalen Kunstszenen durch Kooperationen

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe
- Kooperationen: Vereine, Gastronomie, Künstler:innen etc.
- Externe Partner: Licht- und Eventtechnik

Nächste Schritte

- Terminfindung und Lichtkonzept
- Partneransprache

Umsetzungshorizont:

- mittelfristig

Grobkostenschätzung:

- Kosten sind stark von der Größe und Anzahl der Illuminationen abhängig. Es wird empfohlen die Nacht der Fliesen gestaffelt aufzubauen und über die Jahre als festes Event zu vergrößern.

Nacht der Fliesen: Best Practice

Amsterdam Light Festival

- Findet 2025/26 in der 14. Ausgabe statt: jährlich wechselnde Themen (2025/26: Welt der Legacy)
 - Lichtkunstwerke entlang der Grachten in ganz Amsterdam
 - Verschiedene Erlebnismöglichkeiten und Zielgruppen: Spaziergang, Radtour, Bootstour; eigene Kinder-/Badass-Touren
 - Direkte Wertschöpfung über geführte Touren, eigene Festival-App mit Audio-Guide, Food-Walk,
 - Privatinitiative (Finanzierung größtenteils über Ticketverkauf)
- Gilt als eines der schönsten Lichterfeste und zieht Gäste aus aller Welt an, direkte Wertschöpfung über geführte Touren etc.



Nacht der Fliesen: Best Practice

Recklinghausen leuchtet

- Lichtspektakel in der Recklinghäuser Innenstadt
 - Rathaus-Lichtshow (täglich 2x), Drohnenshow am Eröffnungstag, Lichterlauf,
 - Kombiniert mit weiteren begleitenden Angeboten, z.B. verkaufsoffener Sonntag, Konzerte, Comedy-Veranstaltungen
- Ist ein wichtiges Aushängeschild und Publikumsmagnet der Stadt Recklinghausen, indirekte Wertschöpfung über begleitende Angebote



Kooperationen – Fliesenhersteller & Designer

Fliesen sind immer auch Design, deshalb bieten sich Kooperationen mit Designern und Produzenten für Boizenburg/Elbe an:

- Produktname „Boizenburg/Elbe“ kann mit Hersteller zusammen weitergeführt und vermarktet werden.
- Limitierte Designerfliesen können in die Produktlinie aufgenommen werden.
- Kooperation mit einem Hersteller vereinfacht es individuelle und besondere Projekte umzusetzen, z.B. Erlebnismanufaktur, Fliesenbilder, My Tile etc. Eine langfristige Kooperation mit einem Hersteller wird angestrebt.
- Die Kooperation mit dem Nachfolgebetrieb der Fliesenproduktion von Boizenburg/Elbe ermöglicht ein authentisches Storytelling, dessen Inhalte für viele der weiter oben genannten Maßnahmen genutzt werden kann (z.B. Fliesen-Rallye, Fliesenbilder, (Sonder-) Ausstellungen, Virtual Reality.
- Bei einer Kooperation der Stadt Boizenburg/Elbe mit einem oder mehreren Herstellern sowie ausgewählten Designern können Synergieeffekte realisiert werden, vor allem im Bereich Imagegewinn, Marketing sowie im Vertrieb. Zum Beispiel kann ausgearbeiteter Content für Boizenburg/Elbe auch durch den Fliesenhersteller im Vertrieb genutzt werden (Identifikation mit der Marke).

Touristisches Potenzial

- Steigerung der überregionalen Bekanntheit

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

- Kontaktaufnahme mit Solarceramics als Inhaber des Produktnamens „Boizenburg/Elbe“ im Fliesensortiment
- Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten

Umsetzungshorizont:

- Erste Gespräche sofort möglich.

Grobkostenschätzung:

- Eigenleistung

Kooperationen: Best Practice

Duravit Design Center

- XXL-WC als Eyecatcher und Aussichtsplattform in die Außenfassade integriert – entworfen vom Stararchitekten Philippe Starck.
- Auf 6.000qm werden die Produkte der Firma Duravit perfekt inszeniert und dargestellt. Der Besuch ist ein Erlebnis an sich und somit fungiert das Design Center auch als touristisches Highlight.
- Online wird das Design Center als Virtual Showroom dargestellt und kann in 3D am eigenen Endgerät erlebt werden.
- Duravit setzt konsequent auf Kooperationen mit namhaften und neuen Designern und Architekten und entwirft eigene Produktlinien mit ihnen, die Design und Funktion miteinander verbinden.



Kooperationen – Ravensburger

Eine Kooperation mit dem Puzzle- und Spielehersteller Ravensburger wird empfohlen:

- Ravensburger hat bereits Puzzle mit Retro-Fliesen im Sortiment (siehe unten).
- Kooperationen mit Sondereditionen sind möglich, zum Beispiel Puzzle „Berliner Verkehrsbetriebe – Fliesen grün“ in Kooperation mit Paul Ripke, einem bekannten Fotografen und Influencer (siehe unten).
- Kooperation mit Ravensburger kann sowohl für Erwachsene als auch Familien mit Kindern einen Mehrwert bieten.
- Verkauf der Sondereditionen in der Erlebnismanufaktur.

Touristisches Potenzial

- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
-

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

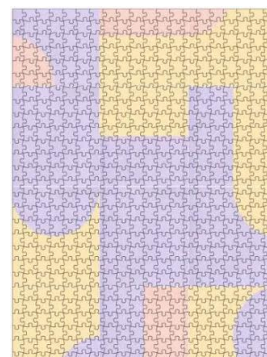
- Kontaktaufnahme mit Ravensburger
- Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten

Umsetzungshorizont:

- Erste Gespräche sofort möglich

Grobkostenschätzung:

- Eigenleistung



4 Vermarktung & Kommunikation



Kommunikation und Marketing - Kommunikationsstrategie

Leitidee	Stadt Boizenburg/Elbe – einzigartige Fliesenstadt Deutschlands				
Kernbotschaften (beispielhaft)	Kunst, Kultur und Natur in einem Mosaik	Grüne Stadt an der Elbe	Erleben statt betrachten	Lebendige Fliesenstadt	
Kommunikations- säulen	Digitale Sichtbarkeit	Kooperation & Partnerkommunikation	Event-Kommunikation	Storytelling & Content	Lokale Identifikation
Ziele	Online-Auffindbarkeit verbessern	Reichweite über Netzwerke	Besucherfrequenz erhöhen	Emotionale Verbindung schaffen	Bürgerbeteiligung & Stolz fördern
Maßnahmen	z.B. SEO-optimierte und maschinenlesbare Inhalte, Google MyBusiness, Social Ads	z.B. Gemeinsame Kampagnen mit Tourismusverband, Biosphärenreservat, Elberadweg, Fliesenhersteller	Veranstaltungen wie „Fliesen-Festival“, „Hafensommer“ u.a. gezielt bewerben	z.B. Blog „Boizenburger Geschichten“, Kurzvideos mit Handwerkern & Künstler:innen	z.B. „Fliese des Jahres“, Aktionen an Schulen, My Tile

Kommunikation und Marketing - Vertriebskanäle

Vertriebskanal	Zielgruppe	Maßnahme / Beispiele
Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin	Überregionale Gäste, Kurzurlauber, Tagesgäste	Enge Kooperation, Integration in Themenkampagnen „Kunst in der Natur“ & „Genuss-Radfahren“, Nutzen aller übergreifenden Marketingkanäle
Elberadweg-Marketing	Radreisende	Aufnahme der neuen „Innenstadtschleife“ sowie der neuen Highlights und POIs in offizielle Elberadweg-Karten, POI-Datenbanken und Social-Media-Kanäle
Reiseführer & Online-Portale	Aktive Genießer, Familien	Kooperationen mit Komoot, Outdooractive, Booking.com, Reiseland MV, Reiseführer Elberadweg u.a.
Social Media & Influencer	Junge Erwachsene, Aktive Genießer, Familien	Storytelling via Instagram, Facebook, YouTube & TikTok: „Fliesenstadt in 24 Stunden“, „Boizenburg Hidden Spots“, „Fliesenstadt Top 10“
Tourismus-Webseite der Stadt	Alle Zielgruppen	Relaunch bzw. neu gestaltete touristische Unterseiten mit interaktiver Karte, Buchungslinks, GPX-Tracks, thematischen Landingpages („Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“, „Kunst & Kultur“, „Rad & Natur“, „Veranstaltungen“ usw.)
Broschüren und Printkooperationen	Aktive Genießer, Familien, Tagesgäste	Themenflyer „Erlebnis Fliesenstadt“, „Genuss am Elberadweg“, „Kleine Fliesenabenteuer für Familien“ etc.
Presse- & PR-Kooperationen	Multiplikatoren	Pressereisen zu den Themen „Fliesen & Design“, „Kulturfluss Elbe“, „Nachhaltig reisen im Biosphärenreservat“ etc.

Kommunikation und Marketing - Marketingmaterialien

Format	Inhalt / Ziel	Hinweise
Leitbroschüre „Erlebnis Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“	Vorstellung der Fliesenstadt Boizenburg/Elbe, Karte, Highlights, Veranstaltungen	Print, Download und E-Paper
Themenkarte „Fliesen-Erlebnisse“	Alle POIs mit Fliesenbezug, inkl. Rallye, Museum, (Stadt-)Führungen, Mitmachangebote, Workshops etc.	Kombinierbar mit QR-Codes, um aktuelle Termine abzurufen
Rad- & Wanderrouutenflyer	Routenbeschreibung, Übersichtskarte, Gastronomie, POIs	Familienfreundliche Icons
Postkarten-Serie „Boizenburg/Elbe in Fliesen“	Künstlerische Fliesenmotive als Souvenir und Werbeträger	Verkauf in Museen und Erlebnismanufaktur, Gastronomie, Einzelhandel, Online-Shop
Merchandising	Mini-Fliesen, Untersetzer, Pins, Taschen, Tassen	Verkauf in Museen und Erlebnismanufaktur, Gastronomie, Einzelhandel, Online-Shop
Videos / Reels	Kurze Storytelling-Clips: „Vom Ton zur Fliese“, „Ein Tag in Boizenburg/Elbe“	Einsatz auf Website, Social Media
Digitale Erlebnisangebote – auch für zuhause	VR-Anwendungen, digitale Rundgänge, hochauflösende Luftbilder	
Familien-Set „Fliesen-Abenteuer“	Mitmach-Flyer, Rätselkarte, Mini-Fliese	Verkauf in Museen und Erlebnismanufaktur, Gastronomie, Einzelhandel, Online-Shop

Unterstützung Leistungsträger

Die Stadt sollte lokale Anbieter:innen (v.a. Gastronomie und Beherbergung) bei der qualitativen Weiterentwicklung unterstützen und die strategische Ausrichtung sichtbar in die Betriebe tragen. Dazu können einfache, markentypische Elemente genutzt werden (beispielsweise Fliesen-Untersetzer, Namensschilder als Fliesen, Dessert/Kuchen in Fliesenoptik, kleine Deko-/Menüakzente, inspirierte Gerichte/Getränke). Außerdem sollten Service-Standards (Infos zum Angebot wie Rad- und Wanderkarte, Öffnungszeiten, Datenpflege) gestärkt werden.

Ein regelmäßiger Stammtisch kann dazu beitragen, einen Raum für Kooperationen, Austausch und gemeinsame Aktionen zu initiieren und zu fördern.

Niederschwellige Fortbildungsangebote können die Anbieter bei der Qualitätsverbesserung sowie der Vermarktung unterstützen (z.B. einstündiges Mini-Seminar zum Thema Google MyBusiness).

Touristisches Potenzial:

- Verbesserte digitale Sichtbarkeit und dadurch Steigerung der Gästezahlen und indirekte Wertschöpfung

Zuständigkeiten und relevante Akteure

- Federführend: Stadt Boizenburg/Elbe

Nächste Schritte

- Kontaktaufnahme Anbieter:innen
- Erstellen einer Ideen-Liste für Umsetzungsmöglichkeiten & Bezugsquellen sowie Fortbildungsbedarf

Umsetzungshorizont:

- Kurzfristig, laufend

Grobkostenschätzung:

- Eigenleistung

Unterstützung Leistungsträger: Best Practice

Grabower Küsschen

- Grabower Küsschen sind Schaumküsse, die traditionell aus aufgeschlagenem Ei, Zucker und Waffel bestehen und mit Schokolade überzogen sind. Sie sind bekannt für ihre luftige Füllung und den charakteristischen "Zipfel" an der Spitze und sind in verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich. Die Süßware wird seit 1835 in Grabow hergestellt und ist heute Teil der Grabower Süßwaren GmbH.
 - Markenzeichen: Das geschützte Markenzeichen ist der namensgebende "Zipfel" an der Spitze.
 - Die Produkte sind in vielen Geschäften erhältlich und können auch direkt im Werksverkauf in Grabow erworben werden.
- Das Grabower Küsschen ist eine kulinarische Besonderheit und hat die Stadt Grabow bekannt gemacht. So kann ein einzelnes Produkt, eine „Kleinigkeit“, zu Berühmtheit gelangen.



Qualitätsinitiative Online-Marketing

Die digitale Sichtbarkeit und eine hohe Qualität der digitalen Daten ist für den Tourismus enorm wichtig. Ein Großteil der Gäste informiert und plant seinen Besuch online. Gleichzeitig sind die **Kosten für die Umsetzung einer guten digitalen Medienpräsenz verhältnismäßig gering.**

Folgende Aspekte gehören zum Online-Marketing und sollten geprüft und qualitativ aufgewertet werden:

- städtische Website – touristische Unterseite (erste Maßnahmen: Angebote auf Vollständigkeit prüfen, Bilder aktualisieren; bei Rad- und Wanderwegen: Karten und GPX-Track zum Download bereitstellen; Links zu Portalen/übergreifenden Tourismusorganisationen einfügen)
- Wander- und Radtouren in den relevanten Outdoor-Portalen einstellen (Outdooractive, Komoot) sowie an übergreifende Tourismusorganisationen weitergeben

- Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe: Prüfen, ob alle Angebote auf den übergeordneten touristischen Websites enthalten sind (z.B. Online-Unterkunftsverzeichnis) sowie idealerweise auch online buchbar sind in den gängigen Portalen wie z.B. Booking.com oder Airbnb oder Fewo-direkt für Ferienwohnungen
- Google-Sichtbarkeit: Prüfen ob alle Angebote (v.a. Gastronomie und Beherbergung) auf Google-Maps verlinkt sind (inkl. aktuellen Öffnungszeiten, Link zur Website)

Die Kooperationen mit den übergreifenden

Tourismusorganisationen sollten auch im Marketing über soziale Medien genutzt werden (z.B. über Instagram-Posts/ Reels). Die Tourismusorganisationen haben wesentlich größere Reichweiten und erreichen dadurch eine größere Zielgruppe. Mit professionellen Fotos können die Angebote von Boizenburg/Elbe auch hier mitbeworben werden.

Hinweise Corporate Identity/Branding

Die Entwicklung einer Corporate Identity/Branding für die Stadt Boizenburg/Elbe war nicht Teil des Projektes.

Allerdings wurden im Rahmen des Prozesses verschiedene Ideen bzw. Hinweise für eine mögliche Überarbeitung der Außenkommunikation gesammelt, die hier wiedergegeben werden:

- *Der Titel „Fliesenstadt Boizenburg/Elbe“ kann im Rahmen der Außenkommunikation mit aktivierenden Untertiteln versehen werden, welche auch die verschiedenen Erlebnisbausteine nach Außen kommunizieren, z.B.*
 - *Lebendige Fliesenstadt Boizenburg/Elbe*
 - *Blühende Fliesenstadt Boizenburg/Elbe*
- *Eine weitere Idee war, auch das Thema „Barock“ für die Namensgebung zu nutzen.*

Quick Wins

- Social-Media-Kampagne „#MeineFlieseBoizenburg/Elbe“ (User posten Lieblingsmotive)
- Kunstautomat mit Mini-Fliesen (sofort sichtbares Markenzeichen)
- Neuer Flyer „Fliesenrallye für Familien“
- Elberadweg-Partnerschaft aktivieren / beleben
- Erstellen digitaler POIs mit QR-Codes (Museen, Weidenschneck, Hafen)
- Vervollständigen von Anbieter-Daten in Google MyBusiness, Unterstützen der Anbieter bei der Erfassung und Hinweise zur laufenden Pflege
- Überprüfen und ggf. Einpflegen aller POIs in OpenStreetMap als Basis aller Online-Tourenportale (z.B. Komoot, Outdooractive, bikemap.net, Wikiloc etc.)

Impressum

DESTINATION
TO MARKET



Auftraggeber:

Stadt Boizenburg/Elbe
Fachbereich Bildung und Freizeit
Kirchplatz 1
19258 Boizenburg/Elbe

Auftragnehmer:

Tour Konzept eG
Schwarzwaldstraße 6
78136 Schonach

Redaktion:

Friederike Gaß
Andrea Wagner
Kathrin Bock



ANSPRECHPARTNERIN

Friederike Gaß

Telefon: 0761 48994131
Mobil: 0176 45910921
E-Mail: gass@tour-konzept.de



ANSPRECHPARTNERIN

Andrea Wagner

Telefon: 07722 917848
Mobil: 0151 40704072
E-Mail: wagner@tour-konzept.de