

# Millionen im Ruppiner Land

## Wasser wirkt als Publikumsmagnet

Von Siegmар Trenkler

**OSTPRIGNITZ-RUPPIN** • Die Zahl kann sich sehen lassen: rund zwei Millionen Gäste übernachteten 2011 im Ruppiner Land. Das berichtete gestern Abend der Geschäftsführer des Tourismusverbandes Ruppiner Land, Peter Krause. Er sieht das als Bestätigung des Konzeptes.

Die Konzentration auf das Wasser als besonderes Merkmal der Reiseregion gehe auf, freute er sich. Ergänzt wird das Reiseangebot durch die vielfältig in der Region vorhandenen Kulturangebote. Die Zahlen geben der strategischen Neuausrichtung des Verbandes recht. Diese sieht vor, künftig noch stärker den Wasserreichtum des Gebietes bei der Vermarktung in den Vordergrund zu stellen. Daher wird fortan auch im Verband das „Ruppiner Seenland“ als Name getragen. Ein einmaliges Wasserwegernetz, sehr gute Wasserqualitäten sowie gut ausgebaute lokale und regionale und überregionale Radwege würden weiterhin dafür sorgen, dass die Region an Attraktivität gewinnt. Zwei Millionen Übernachtungen – davon 1,4 Millionen gewerblich und rund 150 000 weitere durch Char-

terboote und Flöße – geben der Vermarktung Recht. Wobei die Übernachtungen nicht die einzige Einnahmequelle für Tourismusanbieter sind. Denn vermehrt wurde die Region im Vorjahr auch von Tagesausflüglern entdeckt. Rund zehn Millionen, so schätzte Krause vorsichtig, haben 2011 die Möglichkeit genutzt, das Ruppiner Land zu besuchen. Obwohl sie weniger Geld pro Besuch in der Region lassen, machen sie mittlerweile zwei Drittel der Einnahmen aus. Denn rund 65 Euro bezahlen Übernachtungsgäste pro Tag, bei den Ausflügen hingegen sind es rund 20 Euro.

Auch wenn diese Zahlen schon zuversichtlich stimmen, sieht Krause noch keine Ende dieser positiven Entwicklung – ganz im Gegenteil. Die Präsenz bei Tourismus-Messen soll weiter ausgebaut werden – mit dem Fokus auf das Seenland. In diesem Jahr sollen neben den Besuchern aus Berlin verstärkt auch Gäste aus Nord- und Westdeutschland angesprochen werden. Eine weitere Gruppe, auf die das Marketing 2012 zugeschnitten ist, besteht aus Nachbarstaaten wie den Niederlanden, Polen, Österreich und auch der Schweiz.