Auf den Geschmack gekommen – Regionale Produkte als touristischer Wertschöpfungshebel

5 Erfolgsfaktoren und 5 Learnings aus der Praxiswerkstatt des Brandenburgischen Tourismustages am 8. Oktober 2026

Wie werden aus regionalen Spezialitäten touristische Erlebnisse? Mit dieser Frage beschäftigten sich die Teilnehmenden der Praxiswerkstatt. Anhand ausgewählter Praxisbeispiele, regionaler Produkte und des gemeinsamen Austauschs wurde deutlich: **Regionalität schafft Mehrwert, wenn aus einzelnen Produkten gemeinsame Geschichten, Kooperationen und erlebbare Angebote entstehen.**





Drei ausgezeichnete Praxisansätze aus Brandenburg

Drei ausgewählte Wettbewerbsbeiträge des **pro agro-Marketingpreises** zeigten, wie regionale Produkte erfolgreich gebündelt, vermarktet und in touristische Wertschöpfungsketten eingebunden werden können:

- **Elbe-Elster Heimathäppchen:** Regionale Erzeuger und Gastronomen werden zusammengebracht. Zertifizierte Produkte bilden die Grundlage für kreative Gerichte und Rezepte, die zum Nachkochen und zum Besuch der beteiligten Restaurants einladen.
- **Genuss Zeit – die Genussbox aus dem Havelland:** Zehn saisonal zusammengestellte Produkte verschiedener Anbieter werden zu einem attraktiven Geschenk gebündelt. Die Box stärkt die Bekanntheit regionaler Erzeuger und weckt Interesse an der Reiseregion.
- **Regionaler Adventskalender „24 Türchen. 24 Überraschungen. 24 Mal Region.“:** 24 regionale Produkte werden zu einem gemeinsamen Geschenkangebot verbunden. Die Kooperation verschiedener Produzenten und Regionalinitiativen schafft Sichtbarkeit und zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten.

Die Beispiele zeigen: Regionale Produkte lassen sich über Gastronomie, Geschenkangebote und gemeinsame Vermarktungsformate in touristische Erlebnisse übersetzen.

Weitere beispielhafte Angebote und Initiativen

Die folgenden Angebote aus Brandenburg veranschaulichen, wie Regionalität, Kulinarik und touristische Erlebnisse miteinander verbunden bzw. auch kommuniziert werden können:

Slow Trips im Seenland Oder-Spree	**Picknick im Seenland Oder-Spree**
Prignitzer Wildwochen	**Brandenburger Gastlichkeit**
Genusstour mit Tour'nbeutel in der Brandenburgischen Seenplatte	**Der Gurkenradweg im Spreewald**
Kulinarische Touren- und Einkehrempfehlungen im Fläming	**Gebündelte Kulinarische Angebote in der Uckermark**
Spargelhof Kremmen	**Glina Destillerie GmbH**
Farm to Table Dinner – Michelberger Farm	**Farm to Fire Dinner – Gut Kerkow**

5 Erfolgsfaktoren für regionale Wertschöpfung



1. **Offenheit und langfristiges Engagement:** Der Aufbau regionaler Kooperationen erfordert zunächst zusätzlichen Aufwand. Der Nutzen zeigt sich häufig erst mittel- bis langfristig.

2. **Verlässliche Netzwerke:** Landwirtschaft, Lebensmittelhandwerk, Gastronomie, Tourismusorganisationen, Regionalinitiativen und Kommunen müssen zusammenarbeiten.

3. **Kümmerer mit Verantwortung:** Es braucht Akteure, die Kontakte herstellen, Ideen zusammenführen, Prozesse koordinieren und die Umsetzung vorantreiben.

4. **Kurze Kommunikationswege:** Ein regelmäßiger, direkter Austausch erleichtert Absprachen und hilft, Herausforderungen frühzeitig zu lösen.

5. **Produkte erlebbar machen:** Geschichten über Menschen, Herstellung, Landschaft und Tradition sowie passende Erlebnisangebote machen regionale Produkte für Gäste besonders attraktiv.

5 Learnings aus der Praxiswerkstatt

1. Jede Region braucht ihren eigenen Weg. Regionale Potenziale und Voraussetzungen unterscheiden sich. Erfolgreiche Ansätze müssen zu den vorhandenen Möglichkeiten passen.

2. Tourismusorganisationen und Regionalinitiativen sind wichtige Impulsgeber. Sie können Akteure vernetzen, Kooperationen anstoßen und regionale Wertschöpfungsketten aufbauen helfen.

3. Regionale Produkte müssen sich weiterentwickeln. Zielgruppen, Marktbedingungen und Vermarktungswege verändern sich. Angebote sollten entsprechend angepasst werden.

4. Aus Produkten können touristische Profile entstehen. Wer regionale Spezialitäten mit Geschichten, Begegnungen und passenden Angeboten verbindet, schafft zusätzliche Umsatzmöglichkeiten und authentische Gästeerlebnisse.

5. Wissen und Erfahrungen stärker teilen. In Brandenburg gibt es bereits zahlreiche erprobte Ansätze. Der Austausch hilft, voneinander zu lernen und erfolgreiche Ideen weiterzuentwickeln.

Was bringt Regionalität dem Tourismus?

Regionale Produkte stärken die lokale Wirtschaft, unterstützen Landwirtschaft und Handwerk und tragen zum Erhalt der Kulturlandschaft bei. Sie ermöglichen authentische Gästeerlebnisse, profilieren Destinationen im Wettbewerb und fördern die Zusammenarbeit regionaler Akteure. Saisonale Produkte und kurze Lieferwege können zudem einen Beitrag zu einem ressourcenschonenderen Tourismus leisten.

Fazit: Regionale Wertschöpfung entsteht nicht allein durch den Verkauf regionaler Produkte, sondern durch das Zusammenspiel von Menschen, Geschichten, Netzwerken und touristischen Angeboten. Entscheidend ist, vorhandene Potenziale zu erkennen, Partner zusammenzubringen und aus regionalen Spezialitäten Erlebnisse zu entwickeln, die Gästen in Erinnerung bleiben.

Weiterführende Informationen zu regionalen Produkten

Brandenburger Hofladenportal

Obst, Gemüse und Pflanzen

Wildshop

Ansprechpartner

pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes
in der Region Brandenburg-Berlin e.V.
Gartenstraße 1-3
14621 Paaren im Glien

E-Mail: kontakt@proagro.de
Telefon: 033230 / 20770
proagro.de