

# Fortschreibung der Erholungsort- entwicklungskonzeption (EEK) für den staatlich anerkannten Erholungsort Angermünde

## Workshop zum Status-Quo des Tourismus

28. September 2023

Anette Seidel, Thomas Frommhold,  
Jara-Lea Mallwitz, Anneke Benke



# Unsere Ziele für den heutigen Tag

Vergegenwärtigen, wo Angermünde im Tourismus steht

Erfahren, wie die Gäste über Angermünde denken

Erfahren, wie die Akteur:innen den Tourismus in Angermünde einschätzen

Herausarbeiten, welche Potenziale und Herausforderungen im Tourismus in Angermünde bestehen

# Worum geht es heute?

- 🕒 Zielsetzung und Vorgehensweise EEK
- 🕒 Tourismusentwicklung in Angermünde: kurzer Überblick, *Fr. Henschel*
- 🕒 Ausgewählte Ergebnisse der Ist-Analyse
- 🕒 Erste Ergebnisse der Gäste- und Akteursbefragung
- 🕒 Trends im Tourismus
- 🕒 Arbeit in Kleingruppen
  - Angebotssituation im Tourismus in Angermünde, *Fr. Henschel, Hr. Eitner, Fr. Mallwitz*
  - Trends im Tourismus, *Fr. Seidel*
  - Resilienz im Tourismus, *Hr. Frommhold, Fr. Benke*
- 🕒 Vorstellung der Ergebnisse
- 🕒 Nächste Schritte

10:00 bis ca. 12:30 Uhr  
zwischendurch eine Pause



# Zielsetzung und Vorgehensweise



# Zielsetzung der Konzeption

Schaffung eines strategischen Rahmens für die zukünftige touristische Entwicklung der Stadt Angermünde sowie der wesentlichen Voraussetzung für die Re-Zertifizierung als staatlich anerkannter Erholungsort auf Basis der Erholungsortentwicklungskonzeption aus dem Jahr 2016.

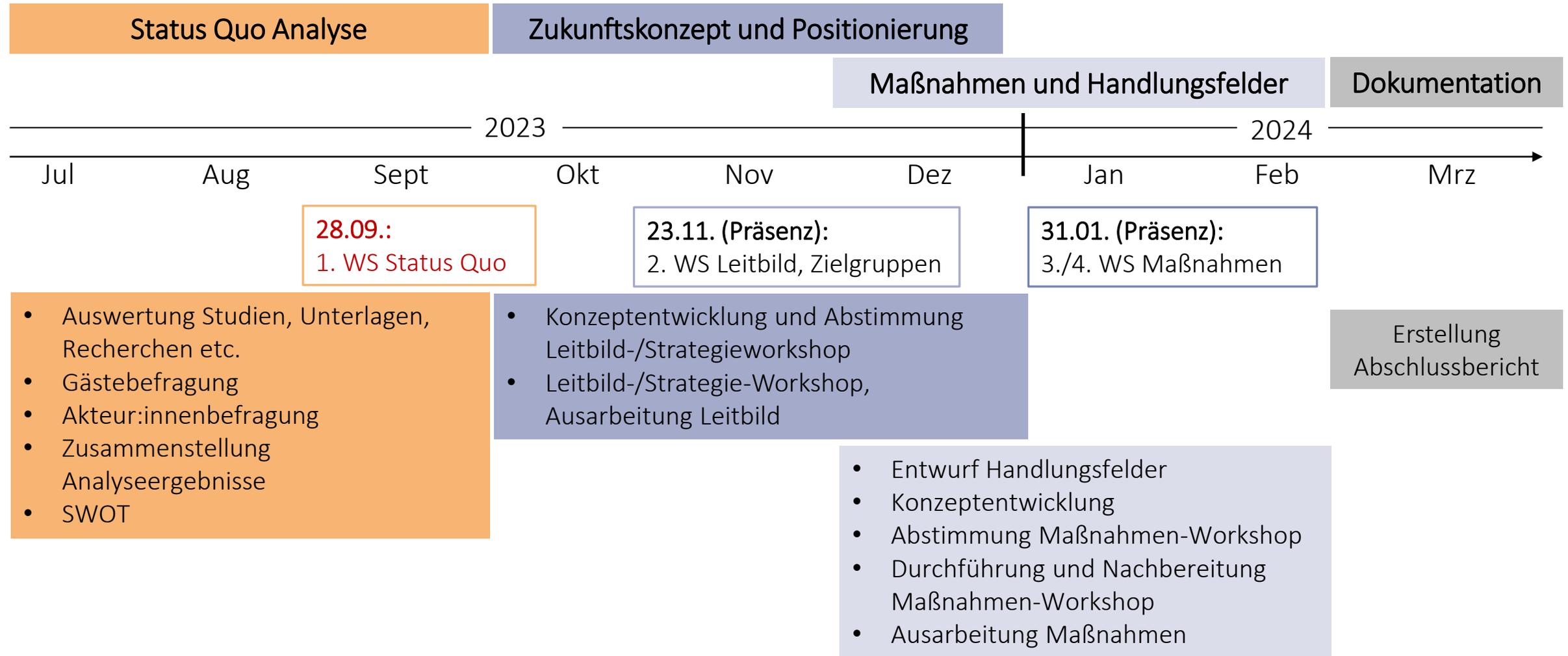


- 🕒 Aktualisierung und Schärfung des Leitbildes inkl. Zielsetzung und Zielgruppenorientierung
- 🕒 Evaluierung und Ergänzung der Maßnahmen mit Blick auf den Zeithorizont für die nächsten 8-10 Jahre



Quelle: Anneke Benke 2023

# Leistungsbausteine und Vorgehensweise: Überblick



**Prozessbegleitend:** Projektmanagement (z.B. Jour Fixe, Steuerungsrunden, Workshops, Berichterstattung etc.)

# Strategischer Rahmen zur Konzeptentwicklung

## Resilienz als Ausgangspunkt

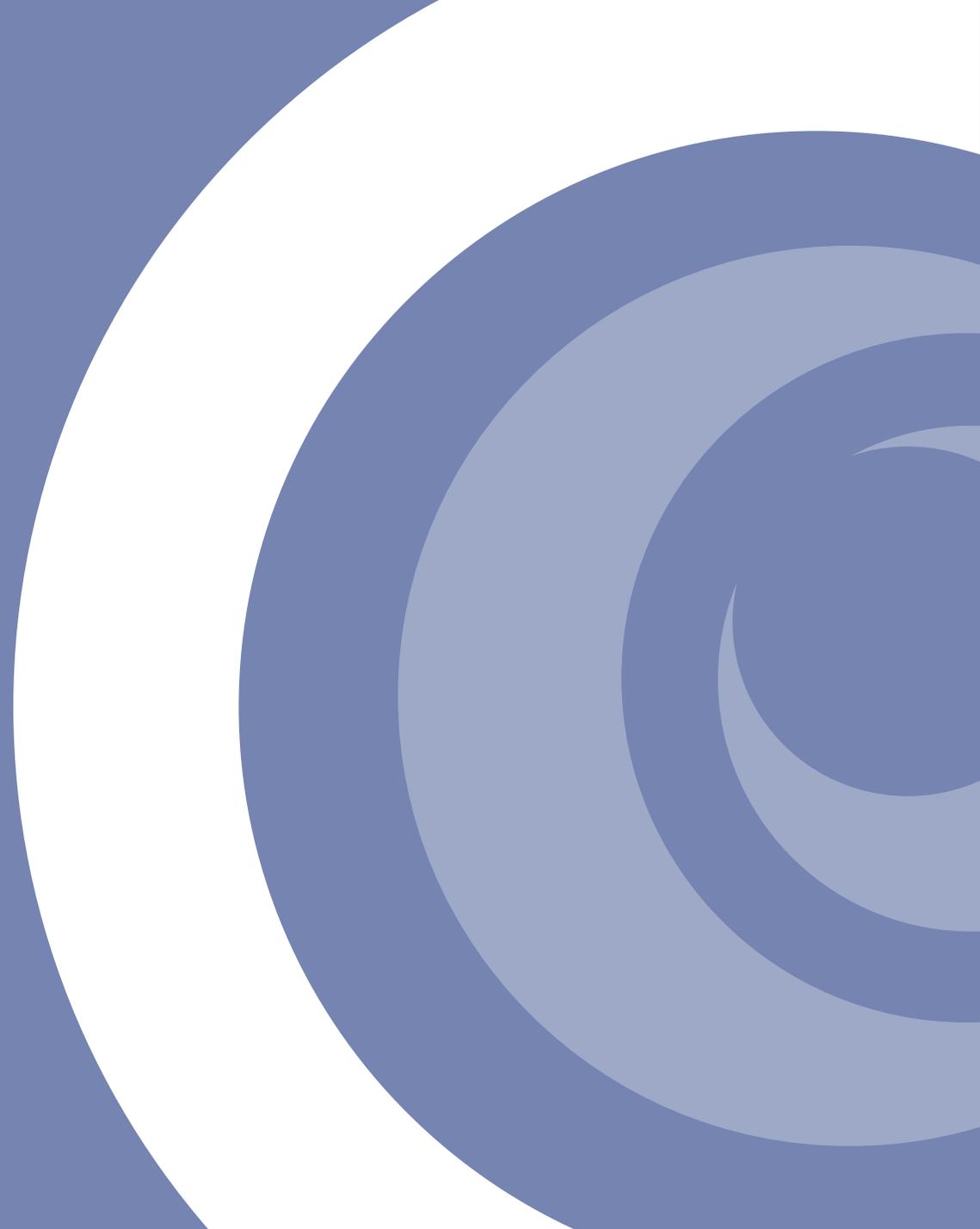
Zufriedene Gäste und Mitarbeiter, hohe Aufenthalts- und Lebensqualität vor Ort sowie ökonomischer Erfolg auf Destinations- und Unternehmensebene werden gleichermaßen und auf Dauer nur erreichbar sein, wenn wir die **RESILIENZ VON DESTINATIONEN UND UNTERNEHMEN** in den Mittelpunkt der touristischen Entwicklung stellen.



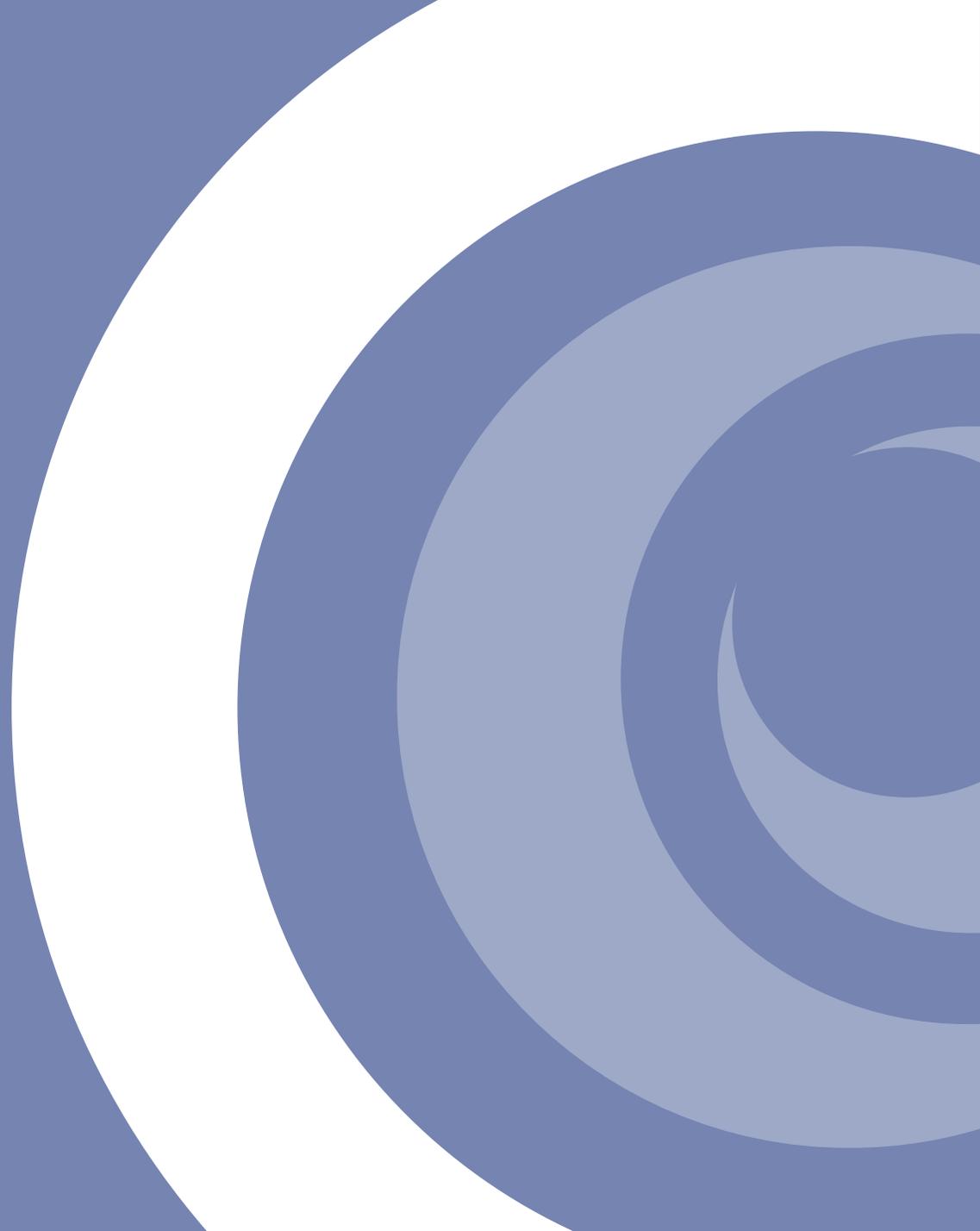
© mascontour 2022

Tourismusentwicklung in  
Angermünde: kurzer  
Überblick

*Johanna Henschel*

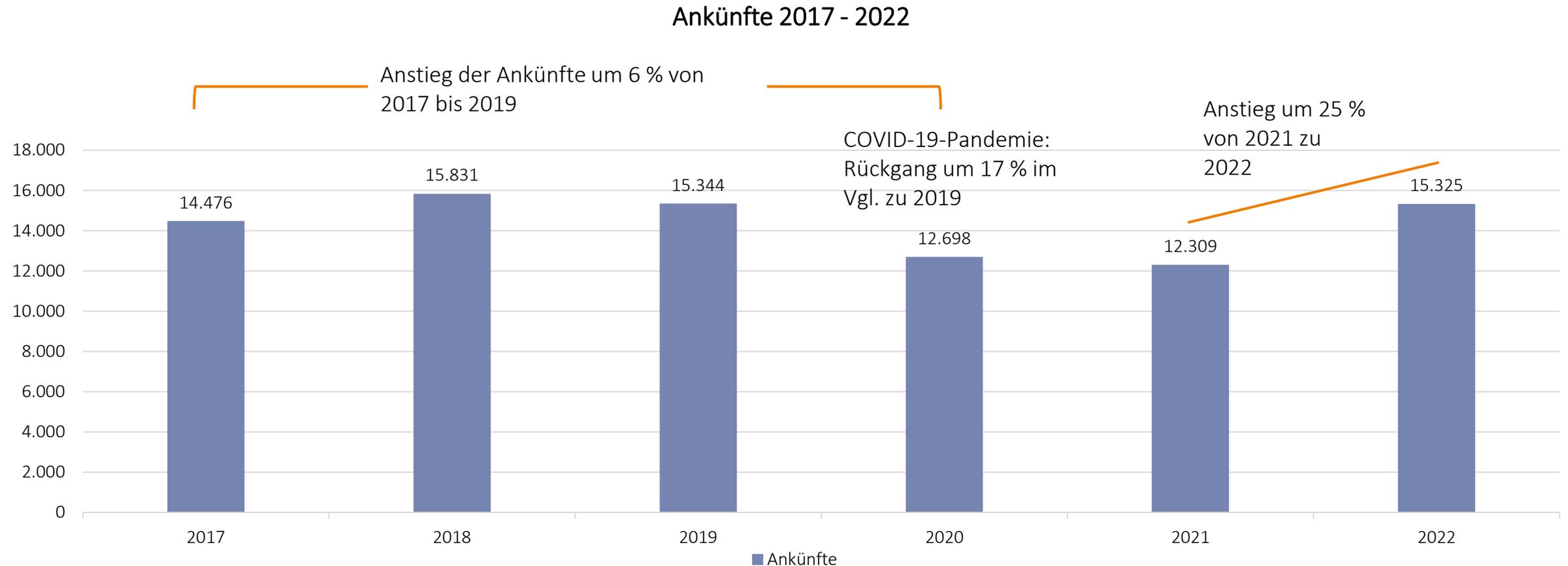


# Ausgewählte Ergebnisse - Status-Quo im Tourismus



# Ankünfte Angermünde: 6-Jahresverlauf 2017 – 2022

*Nach Einbruch durch COVID-19 wieder positiver Trend bei den Ankünften*



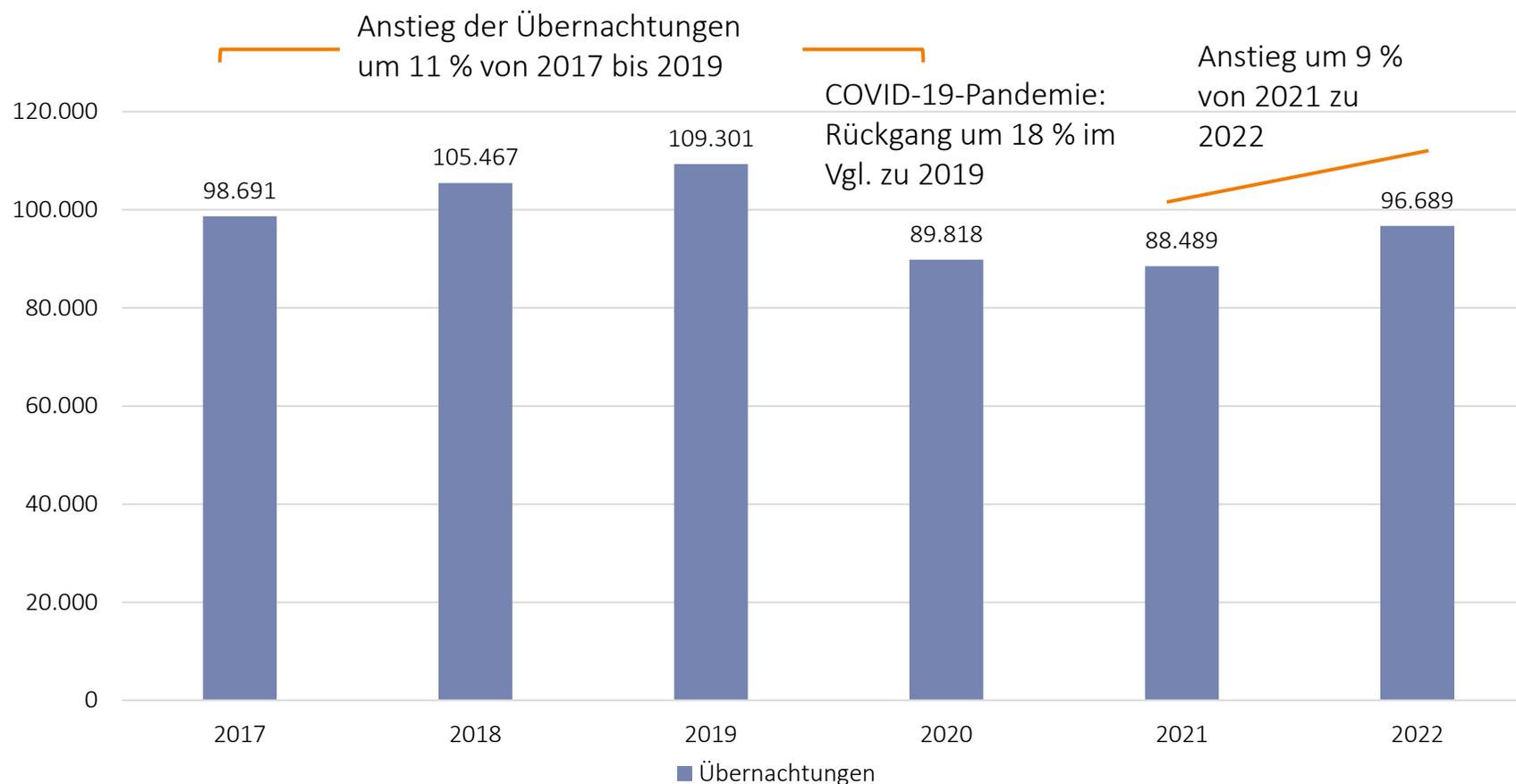
Die Ankünfte haben 2022 fast wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht.

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

# Übernachtungen Angermünde: 6-Jahresverlauf 2017 – 2022

## Anstieg der Übernachtungszahlen bei gleichzeitiger Verkürzung der Aufenthaltsdauer

Übernachtungen 2017 - 2022



### Ø Aufenthaltsdauer:

2017: 6,8 Tage

2018: 6,7 Tage

2019 – 2020: 7,1 Tage

2021: 7,2 Tage

2022: 6,3 Tage

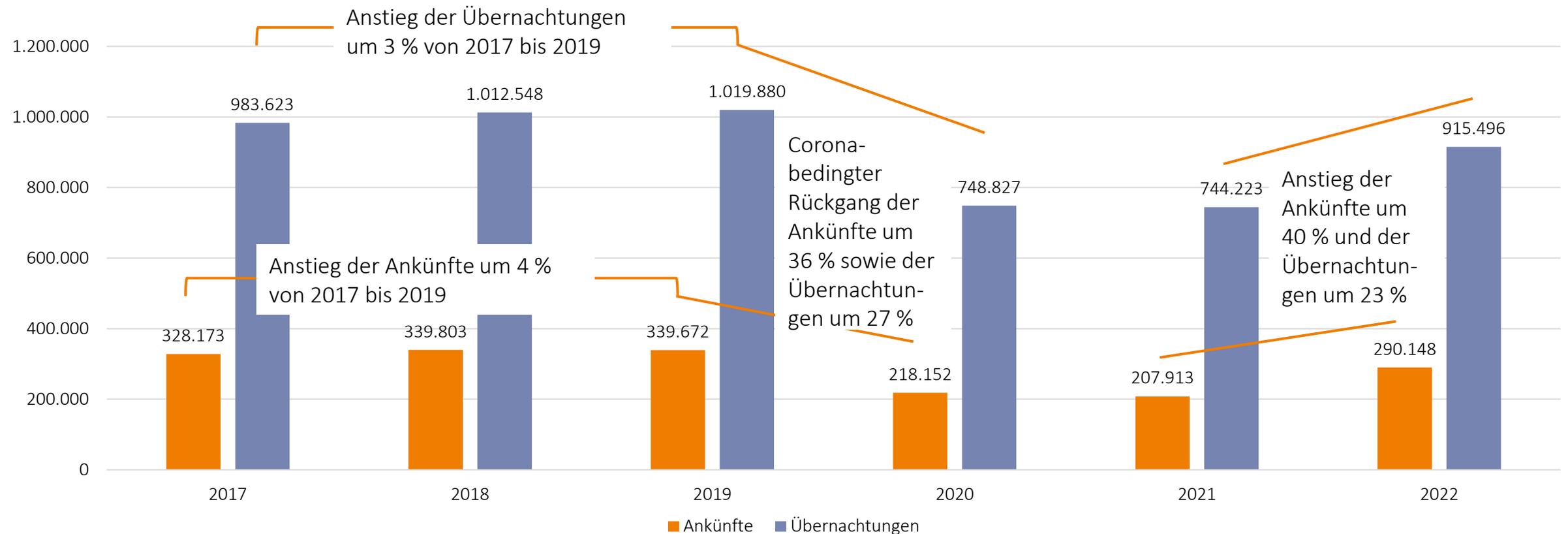
- Die Übernachtungszahlen haben das Vor-Corona-Niveau noch nicht wieder erreicht
- Ein Rückgang der Aufenthaltsdauer ist sichtbar
- Die überdurchschnittliche Aufenthaltsdauer ist auf die GLG Wolletzsee zurückzuführen
- Weniger als ein Prozent der Übernachtungen geht auf ausländische Gäste zurück

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

# Entwicklung Reiseregion Uckermark: 6-Jahresverlauf 2017 – 2022

*Positive Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen setzt sich nach COVID-19 fort*

Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Uckermark 2017 - 2022



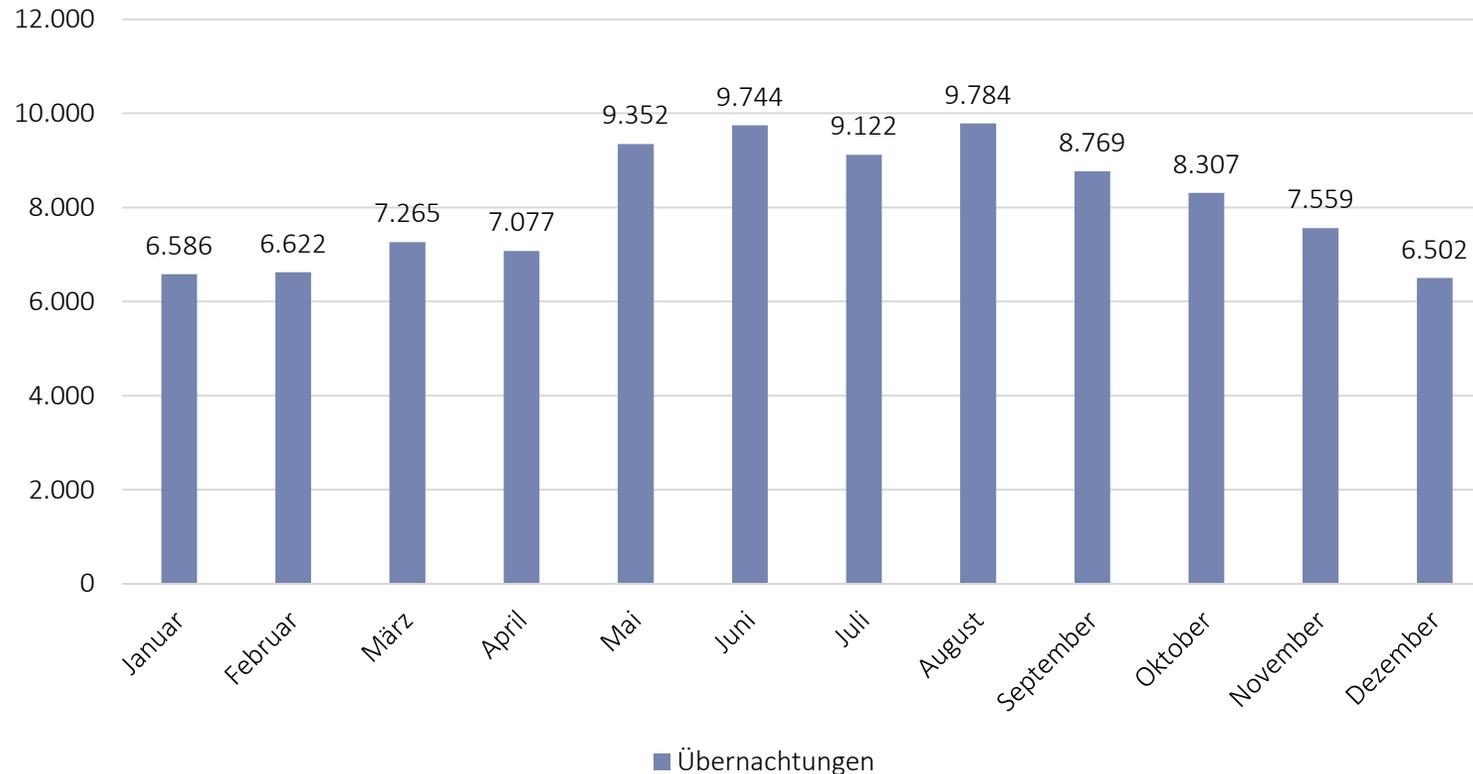
Stabile Ankunfts- und Übernachtungszahlen bis 2019, dann coronabedingt ein starker Rückgang 2020 und 2021, ab 2022 wieder Erholung. Eine Annäherung an das Vor-Corona-Niveau ist erkennbar.

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

# Saisonalität Angermünde

*Relativ geringe Saisonalität, Peaks in Monaten Mai, Juni, Juli und August*

Übernachtungen je Monat 2022



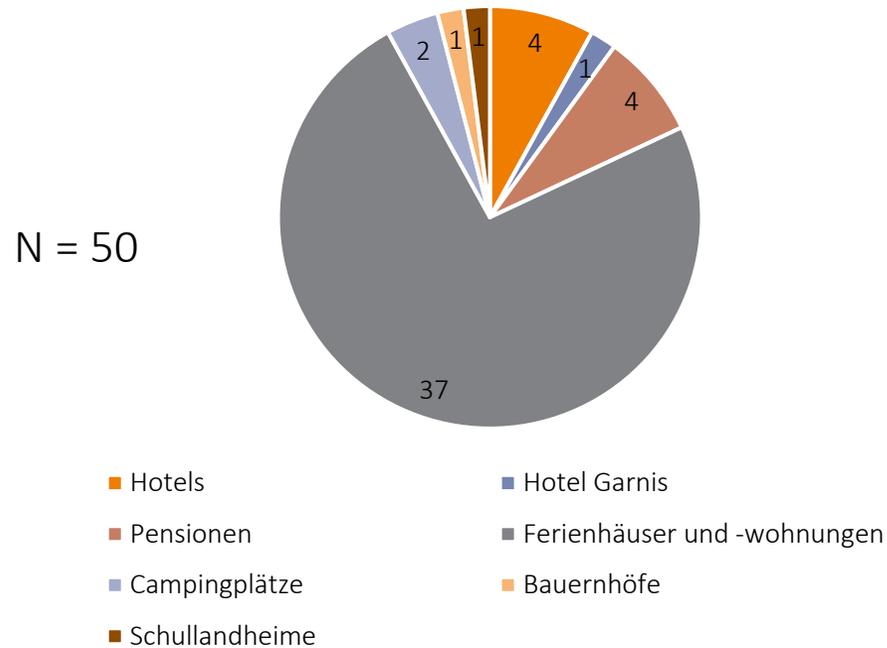
- Nachfrage in den Monaten Mai, Juni, Juli und August besonders hoch
- Geringste Nachfrage in den Monaten Januar, Februar und Dezember

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

# Verteilung Betriebe / Betten in Angermünde (Stand 30.07.21)

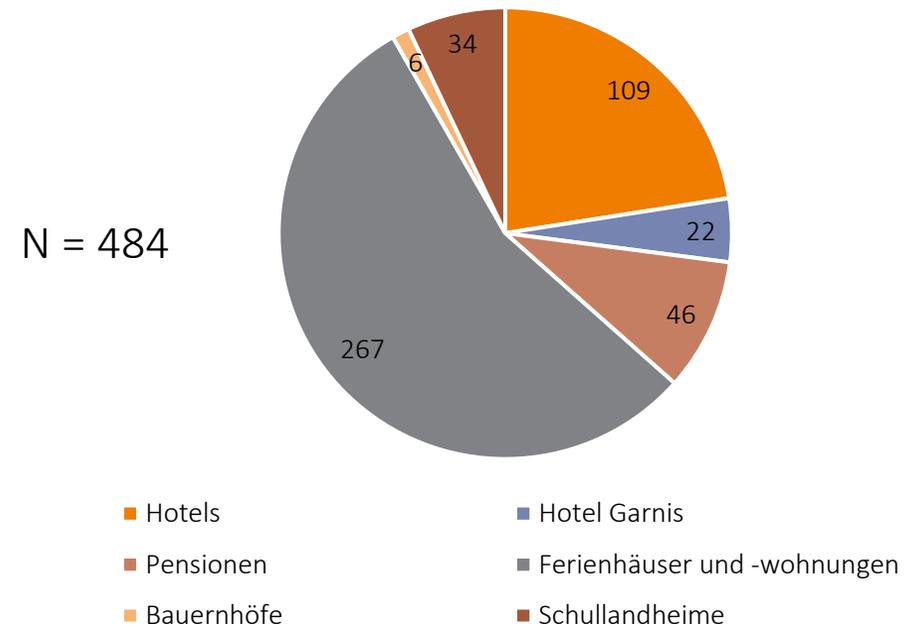
*Beherbergungsangebot geprägt durch Ferienwohnungen/-häuser*

Anzahl der Betriebe 2021



\*zusätzlich sind fünf Privatzimmervermieter vorhanden

Bettenanzahl 2021



\*zusätzlich sind 29 Betten in Privatzimmern verfügbar, nicht einberechnet wurden die Kapazitäten auf den Campingplätzen und in der GLG Klinik Wolletzsee (202 Betten)

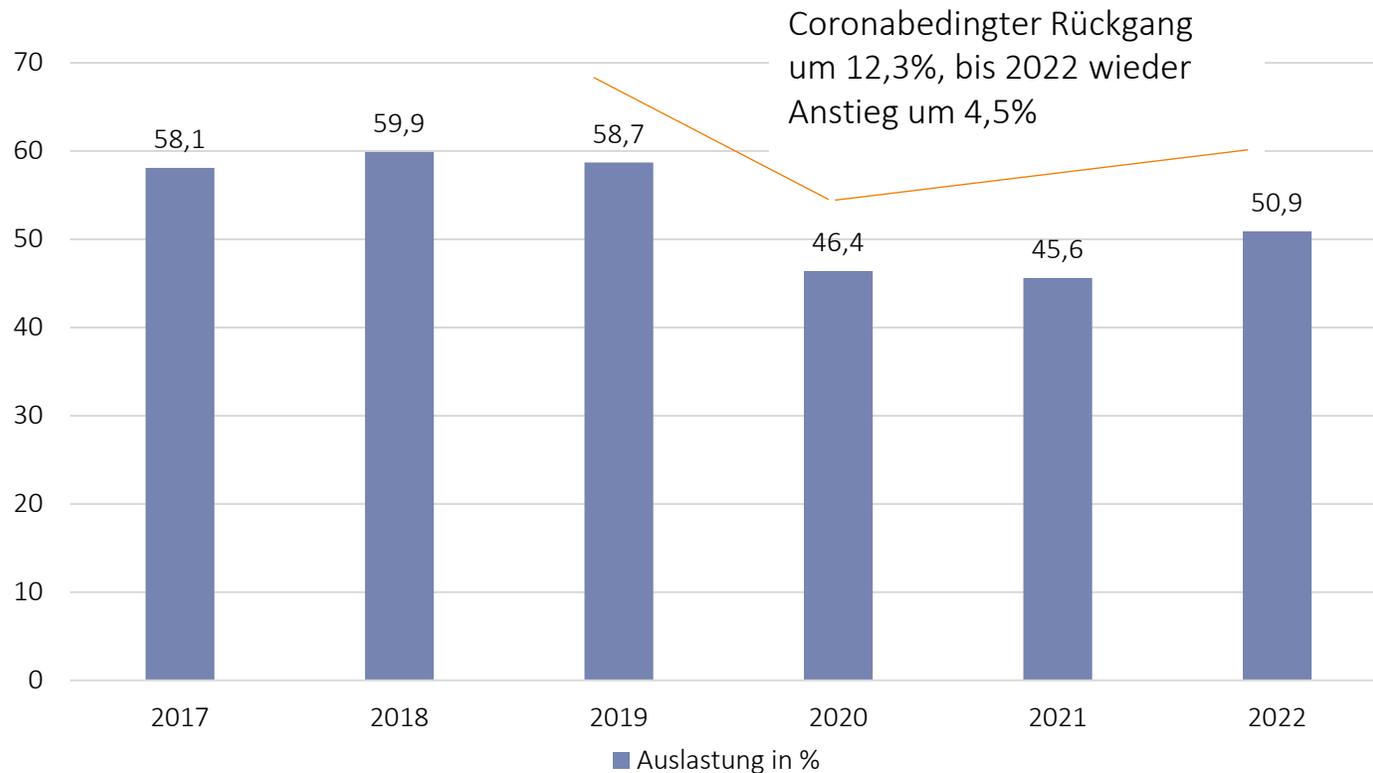
In Angermünde befinden sich 50 Beherbergungsbetriebe, die meisten davon sind Ferienwohnungen/-häuser. Von den verfügbaren 82 Ferienwohnungen/-häusern sind 28 familieneeignet.

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Tourismusverein Angermünde e.V.

# Auslastung der Gästebetten: 6-Jahresverlauf 2017-2022

*Hohe Auslastung im Jahresdurchschnitt; vor-Corona-Niveau noch nicht wieder erreicht*

Auslastung Gästebetten 2017 - 2022



- Die Auslastung der Gästebetten in Angermünde liegt 2022 bei 50,9%
- Zum Vergleich: Die durchschnittliche Auslastung 2022 in Brandenburg lag bei 40 % und in der Uckermark bei 35,8 %
- Die Anzahl der verfügbaren Gästebetten ist seit 2021 um 20 Betten gesunken, so dass Kapazitätsengpässe entstanden sind

\* Anmerkung: Betrachtet werden die Betriebe ab 10 Betten

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

# Camping

## 📍 Campingplatz am Wolletzsee

- 2023 geöffnet von Mitte Mai bis Mitte September
- Direkt im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin
- Anschluss an den Fernradweg Berlin-Usedom
- 41 Stellplätze für Dauercamper und 42 Stellplätze für Kurzzeitcamper

## 📍 Naturcampingplatz am Parsteiner See

- 2023 Geöffnet von Anfang April bis Anfang Oktober
- Direkt im Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin
- 64 Stellplätze für Dauercamper und 22 Stellplätze für Saison- bzw. Kurzzeitcamper
- 2 Holzhütten und 2 Wohnwagen werden zusätzlich angeboten

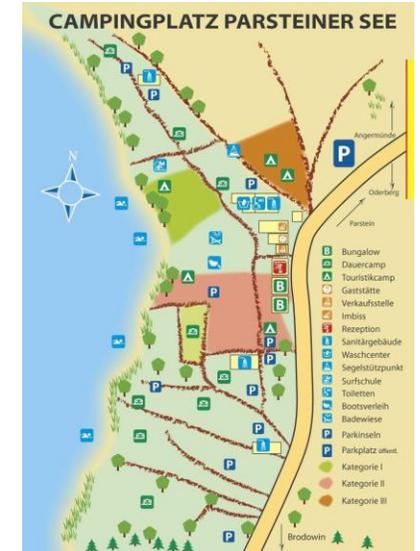
## 📍 Wohnmobil- und Caravanstellplatz an der Blumberger Mühle (Übernachtungen nur für 1-2 Nächte erlaubt)

## 📍 Neuausrichtung Campingplatz am Wolletzsee in Vorbereitung

Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V., Angermünder Campingverein Wolletzsee e.V., Naturcampingplatz Parsteiner See



Quelle: Angermünder Campingverein Wolletzsee e.V.



Quelle: Naturcampingplatz Parsteiner See

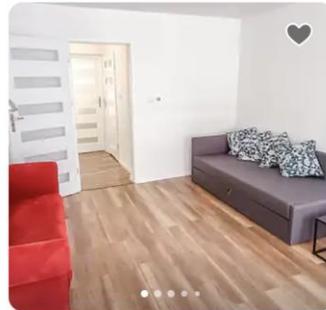
# Grauer Beherbergungsmarkt: Privatangebote und Airbnb

- 📍 Airbnb: ca. 12 Angebote
- 📍 Preisspanne liegt zwischen 63 und 130€  
-> überwiegend zwischen 90 und 100€
- 📍 Großes Angebot an Ferienwohnungen
- 📍 Einzelne Angebote in der Kernstadt

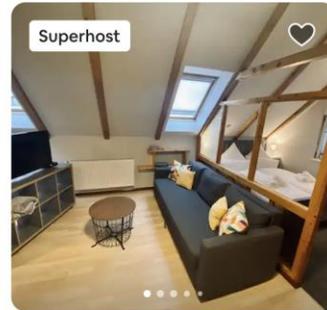
12 Unterkünfte in Angermünde  
So sortieren wir Ergebnisse ⓘ



**Wohnung in Angermünde** ★ Neu  
Wohnung in charmantem Stadthaus  
Private:r Gastgeber:in  
1.–6. Okt.  
77€ 63 € Nacht · Gesamtpreis: 315 €

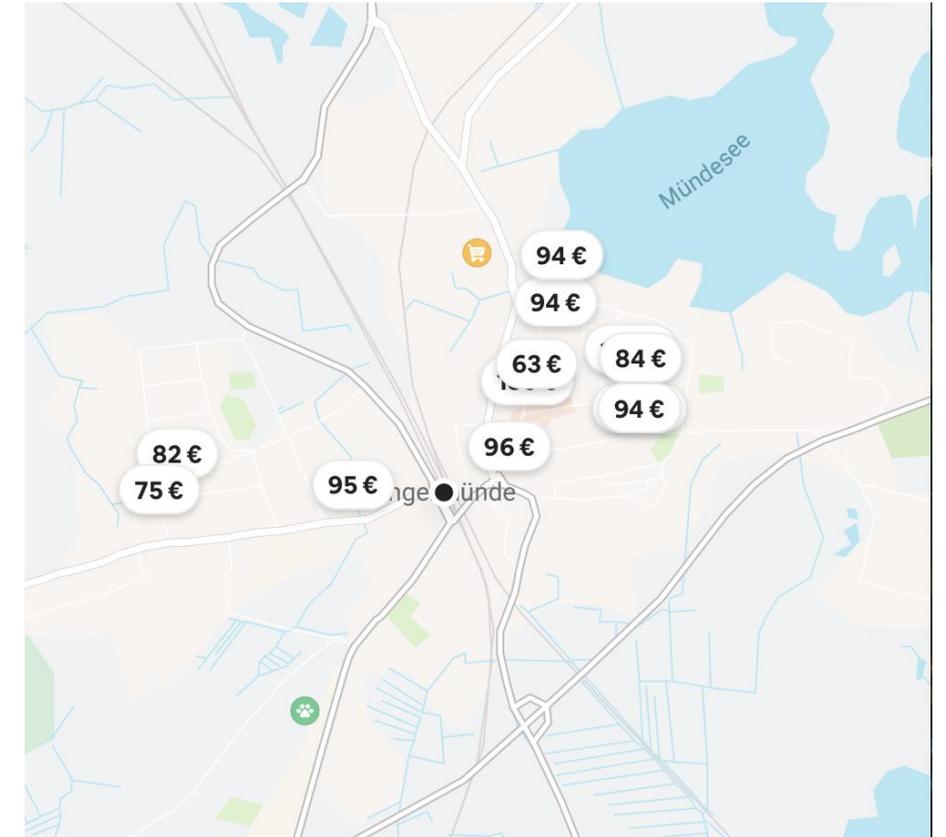


**Wohnung in Angermünde** ★ Neu  
Apartment 4 Altstadt Angermünde  
Gewerbliche:r Vermieter:in  
15.–20. Sept.  
114€ 94 € Nacht · Gesamtpreis: 467 €



**Gästesuite in Angermün...** ★ 4,94 (16)  
Einzigartige Loftwohnung in...  
Private:r Gastgeber:in  
20.–25. Sept.  
99 € Nacht · Gesamtpreis: 492 €

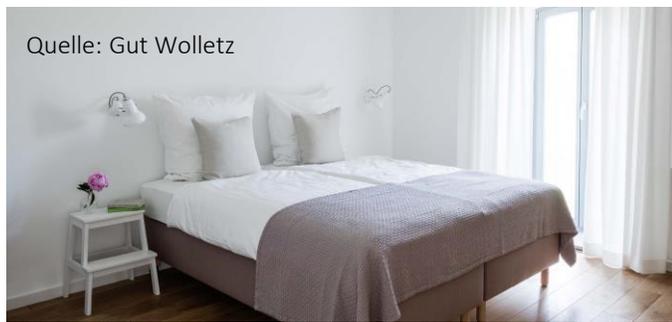
Quelle: Airbnb



Quelle: Airbnb

# Beherbergungsangebot Angermünde

- Geprägt von Ferienwohnungen/-häusern
- (Sterne-)Hotels mit überwiegend traditionellem, familiärem Charakter
- Wenig innovativen Hotelkonzepte
  - Alte Mälzerei und Wasserturm sind jedoch schöne Ansätze alternativer Unterkünfte
- Dezentrale Lage vieler Unterkünfte in den Ortsteilen
- 119 zertifizierte Betten (Stand 2022), u.a. DEHOGA, Wanderbares Deutschland, Bett&Bike
  - Kommunikation der Klassifizierungen und Zertifizierungen über die touristische Webseite
- Wenige barrierefreie Unterkünfte (3 Unterkünfte) -> Reisen mit Allergien
- Kein Betrieb mit Nachhaltigkeitszertifizierung
- Sehr gute Trust-Score Bewertungen von 4,0 aufwärts



Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

# Stadtbild und Sehenswürdigkeiten: Überblick

- ☉ Angermünde hat ein sehr schönes historisches Stadtbild
- ☉ Mittelalterlicher Grundriss noch immer erkennbar
  - Die meisten Gebäude sind unter Einhaltung des Stils und des Fachwerkes
  - Teile der ehemaligen Stadtmauer stehen bis heute
- ☉ Wechsel aus breiten Straßen und schmalen Gassen
- ☉ Viele Grünanlagen mit Sitzgelegenheiten, Papierkörben und Spielplätzen bieten Raum zum Verweilen
- ☉ Innerstädtische Sehenswürdigkeiten:
  - Haus Uckermark mit Museum Angermünde
  - St.-Marien-Kirche
  - Mündeseepromenade
  - Marktplatz
  - Skulpturen und Brunnen

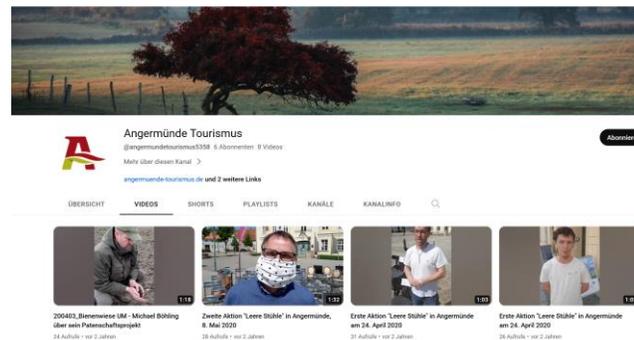


Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

Quelle: mascontour GmbH/Anneke Benke 2023

# Vermarktung: Überblick

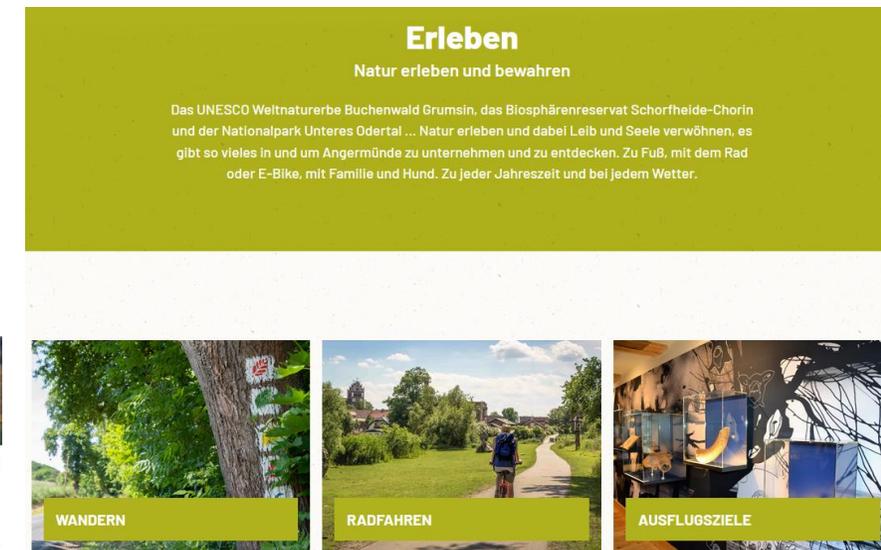
- Vermarktung im Einklang mit den Werten der Tourismusstrategie Brandenburgs und der Uckermark
- Bespielen derselben touristischen Themen
  - Insbesondere, Radfahren, Wandern und Wasser
  - Nachhaltigkeit
- Launch der neuen touristischen Webseite
  - Zusammenhang der Reiseziele deutlich erkennbar
  - Moderne und ansprechende Internetpräsenz mit umfangreichen Informationen
- Vermarktung neben touristischer Webseite auch über städtische Webseite ([www.angermuende.de](http://www.angermuende.de))
- Aktive Nutzung von Instagram und Facebook
- Youtube Kanal wird kaum bespielt



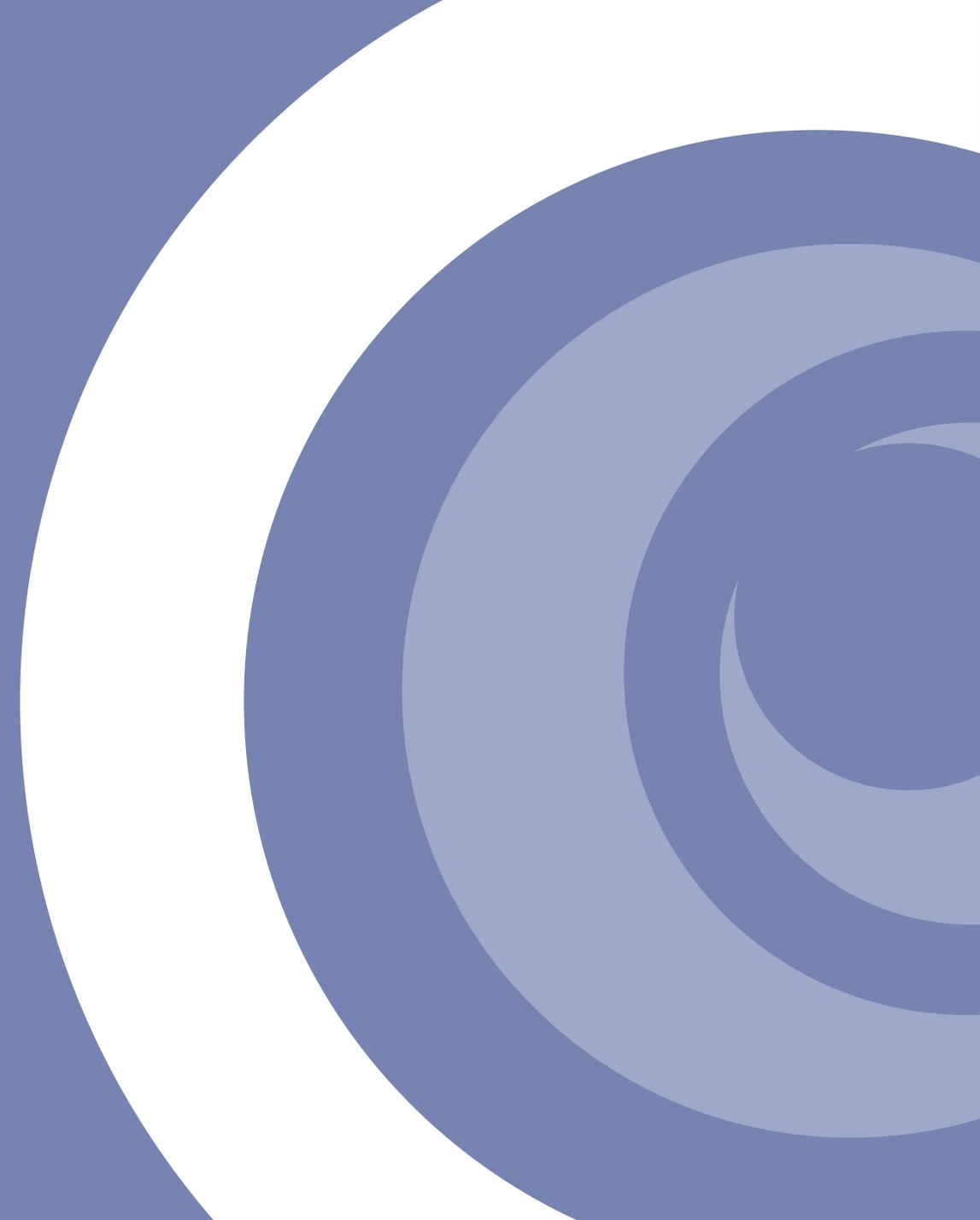
Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.



Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.



# Erste Ergebnisse - Gästekbefragung



# Fragebogen Gästebefragung – vor Ort und digital

Befragungsort: **STAATLICH ANERKANNTER ERHOLUNGSORT Angermünde**

Datum: \_\_\_\_\_

**Gästebefragung Angermünde 2023**

---

**Inspiration, Information und Buchung**

**1.1 Wie sind Sie auf Angermünde aufmerksam geworden?** (Mehrfachauswahl möglich)

<input type="checkbox"/> Online-Medien und Websites (weiter mit Frage 1.2.)	<input type="checkbox"/> TV-Sendung
<input type="checkbox"/> Soziale Netzwerke	<input type="checkbox"/> Messe / Veranstaltungen
<input type="checkbox"/> Zeitung / Zeitschrift	<input type="checkbox"/> Reiseveranstalter / Busunternehmen
<input type="checkbox"/> Radio	<input type="checkbox"/> Hinweis / Empfehlung von Freund*innen / Bekannten / Familie
	<input type="checkbox"/> Andere, bitte nennen: _____

**1.2 Wie sind Sie im Internet auf Angermünde aufmerksam geworden?** (Mehrfachauswahl möglich)

<input type="checkbox"/> Suchmaschine (z.B. Google, Bing, Yahoo)	<input type="checkbox"/> Website vom Land Brandenburg (www.reiseland-brandenburg.de)
<input type="checkbox"/> Social Media (z.B. Facebook, Instagram, Youtube, twitter)	<input type="checkbox"/> Website vom Tourismusverband Uckermark (www.tourismus-uckermark.de)
<input type="checkbox"/> Freizeit / Reise-Blogs	<input type="checkbox"/> Andere, bitte nennen: _____
<input type="checkbox"/> Website Angermünde (www.angermuende-tourismus.de)	

---

**Mobilität (An- und Abreise sowie vor Ort)**

**2.1 Wie sind Sie hauptsächlich nach Angermünde angereist?**

<input type="checkbox"/> Eigener PKW	<input type="checkbox"/> Öffentlicher Personennahverkehr (Bahn oder Bus)
<input type="checkbox"/> Elektroauto	<input type="checkbox"/> Reisebus
<input type="checkbox"/> Carsharing (z.B. Drivenow, Car2Go)	<input type="checkbox"/> Fahrrad / E-Bike
<input type="checkbox"/> PKW mit Wohnwagen / Wohnmobil	<input type="checkbox"/> Sonstiges: _____

---

**Aufenthalt**

**3.1 Wie oft waren Sie in den letzten 5 Jahren Gast in Angermünde?**

<input type="checkbox"/> Dies ist mein erster Aufenthalt	<input type="checkbox"/> Ich war vorher schon 2 bis 5 Mal in Angermünde
<input type="checkbox"/> Ich war vorher schon ein Mal in Angermünde	<input type="checkbox"/> Ich war vorher schon mehr als 5 Mal in Angermünde

**3.2 Was ist der Anlass für Ihren aktuellen Aufenthalt in Angermünde?**

Ich übernachtete in Angermünde:

<input type="checkbox"/> Urlaub	<input type="checkbox"/> Ich mache einen Tagesausflug:
<input type="checkbox"/> Besuch von Freund*innen/Bekanntem/Familie	<input type="checkbox"/> Privat/Freizeit/Erholung
<input type="checkbox"/> Geschäftlich	<input type="checkbox"/> Geschäftlich
<input type="checkbox"/> Sonstiges: _____	Weiter zu Punkt 3.5
Anzahl der Nächte: _____	

**3.3 Welche Unterkunftsart nehmen Sie derzeit in Anspruch?**

<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Ferienwohnung	<input type="checkbox"/> Pension/Gasthof
<input type="checkbox"/> Hotel Garni (nur Frühstück)	<input type="checkbox"/> Airbnb	<input type="checkbox"/> Gemeinschaftsunterkunft mit Mehrbett-Zimmern
<input type="checkbox"/> Wohnmobilstellplatz	<input type="checkbox"/> Camping	<input type="checkbox"/> Andere: _____

**STAATLICH ANERKANNTER ERHOLUNGSORT Angermünde**

**Ihre Meinung zum Tourismus in Angermünde ist uns wichtig!**

Liebe Gäste,

die Stadt Angermünde erarbeitet derzeit ein städtisches Tourismuskonzept, im Rahmen dessen zielgerichtete Maßnahmen und Empfehlungen für die touristische Weiterentwicklung der Stadt erarbeitet werden sollen.

**Auch Ihre Meinung zum Tourismus in Angermünde ist uns wichtig.**

Die Beantwortung der Fragen wird max. 7 Minuten in Anspruch nehmen.



**HIER TEILNEHMEN**

Vielen Dank, dass Sie uns bei der Weiterentwicklung des Tourismus in Angermünde unterstützen

- Erhebungszeitpunkt vor Ort:
  - 21.07.23 und 29.07.23
- Befragungsorte:
  - Innenstadt, an der Blumberger Mühle, der Mündeseepromenade und am Stolper Turm
- Anzahl Befragte
  - 28 Personen
- Online-Befragung
  - Teilnahme über QR-Code
  - Laufzeit: 7.8. bis Anfang Oktober
- Zwischenauswertung
  - 138 Fragebögen

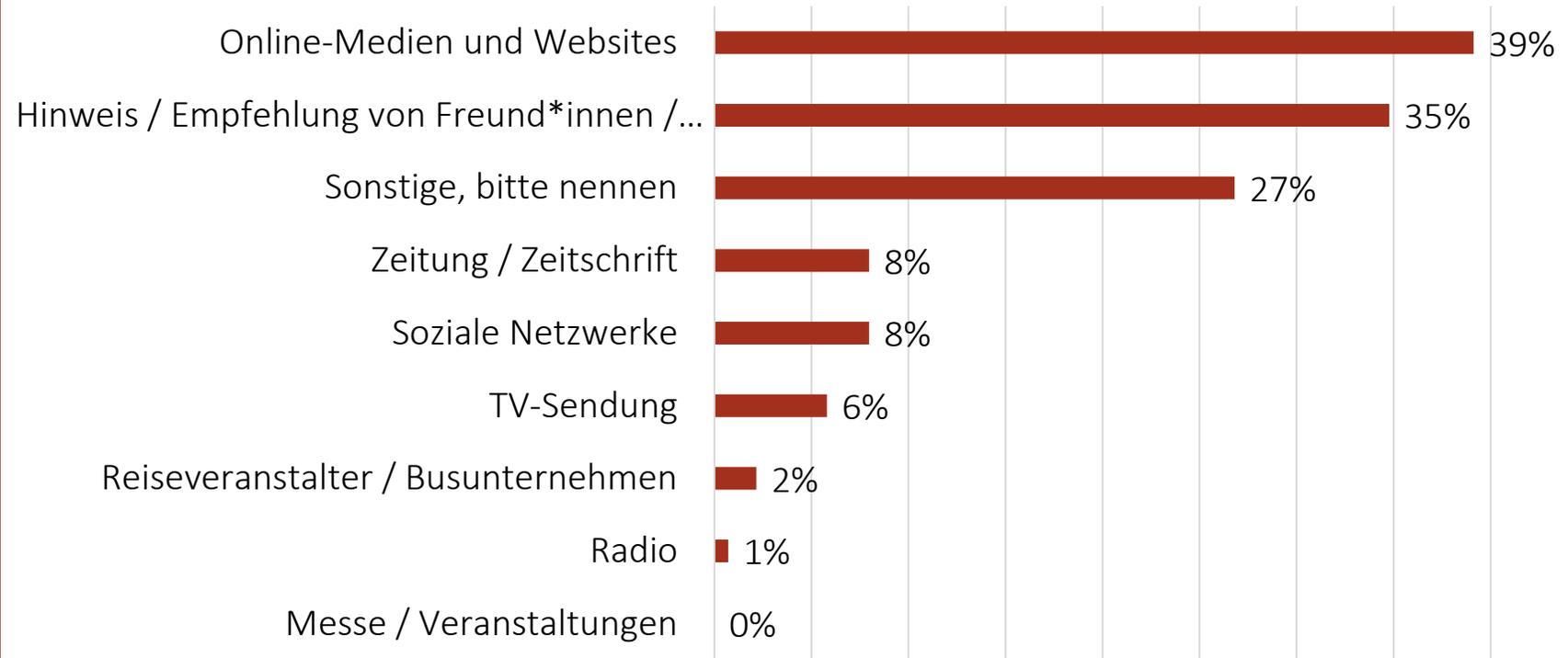


Quelle: mascontour GmbH 2023

Quelle: Anneke Benke 2023

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

Wie sind Sie auf Angermünde aufmerksam geworden?

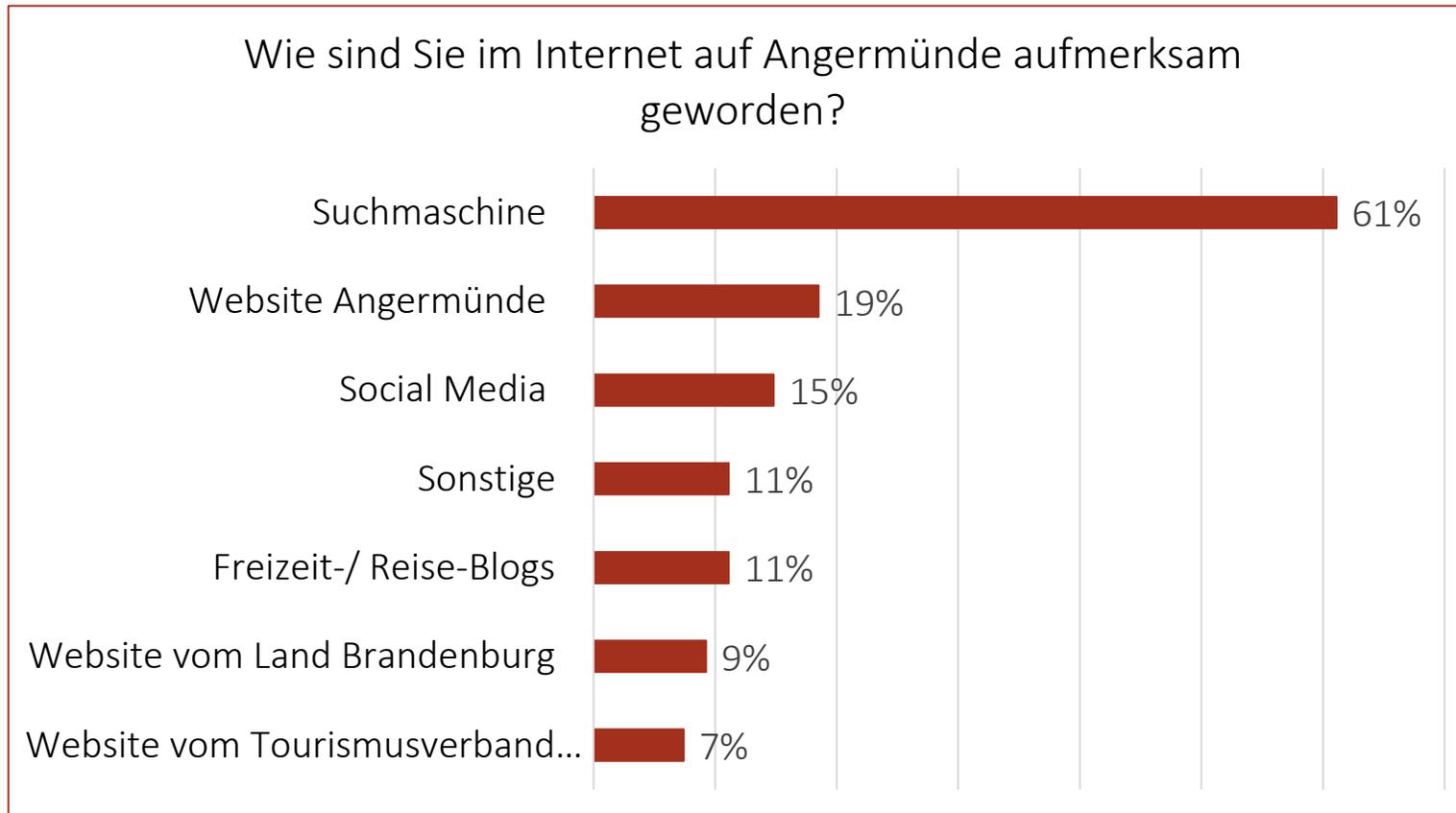


Sonstige:

- 📍 Tourismusinformation
- 📍 Durchreise
- 📍 Berlin-Usedom-Radweg
- 📍 Wohnort in der Nähe
- 📍 Oder-Neiße-Radweg
- 📍 Schild an der Autobahn
- 📍 Familie besuchen
- 📍 Besucherzentrum Criewen
- 📍 Touristinfo Warnitz
- 📍 Gewinnspiel Lotto Brandenburg

n=138

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

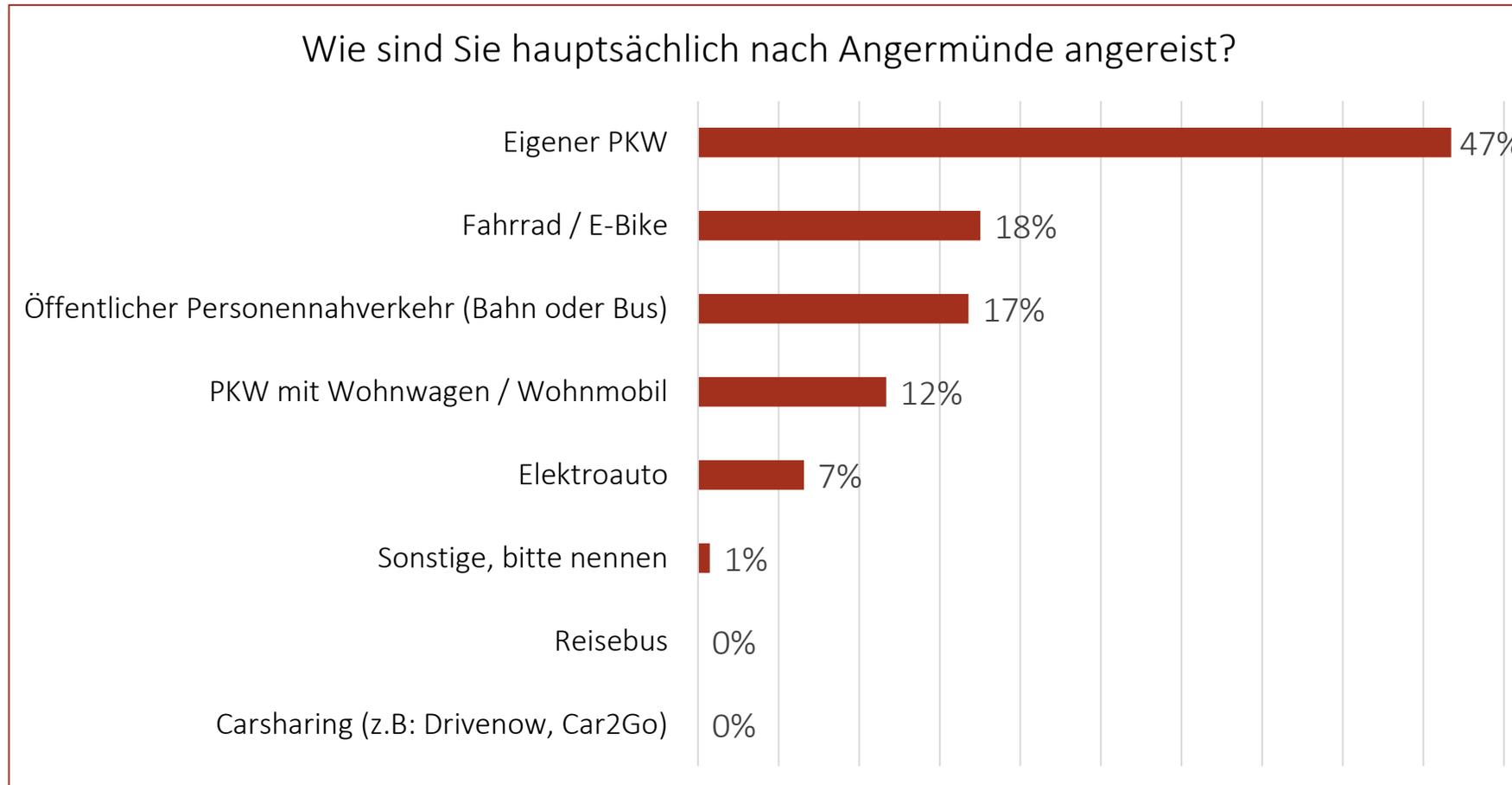


Sonstige:

- Radweg - Berlin - Usecdom
- booking.com
- bett&bike Homepage
- Gewinnspiel- Lotto Brandenburg
- lieblingsquartiere.de

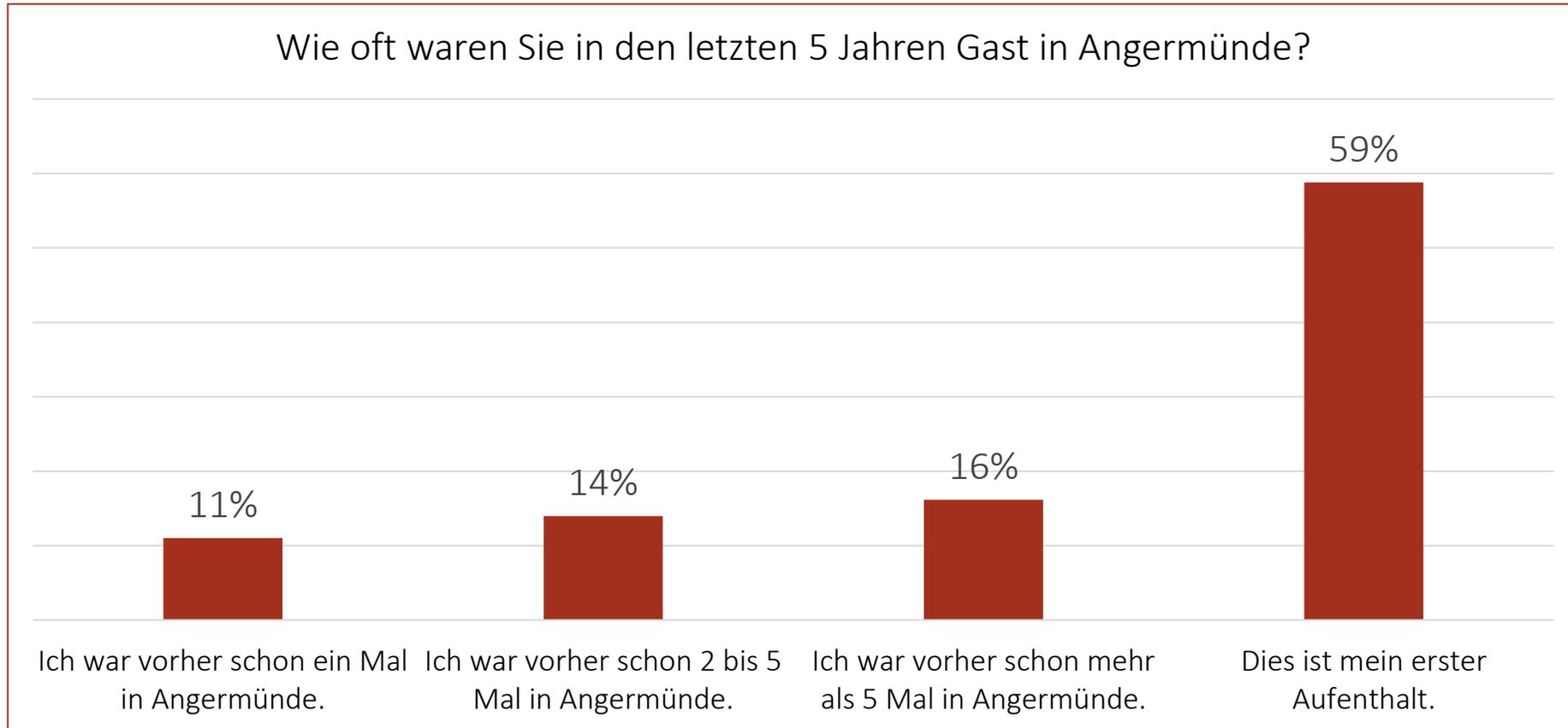
n=54

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten



n=137

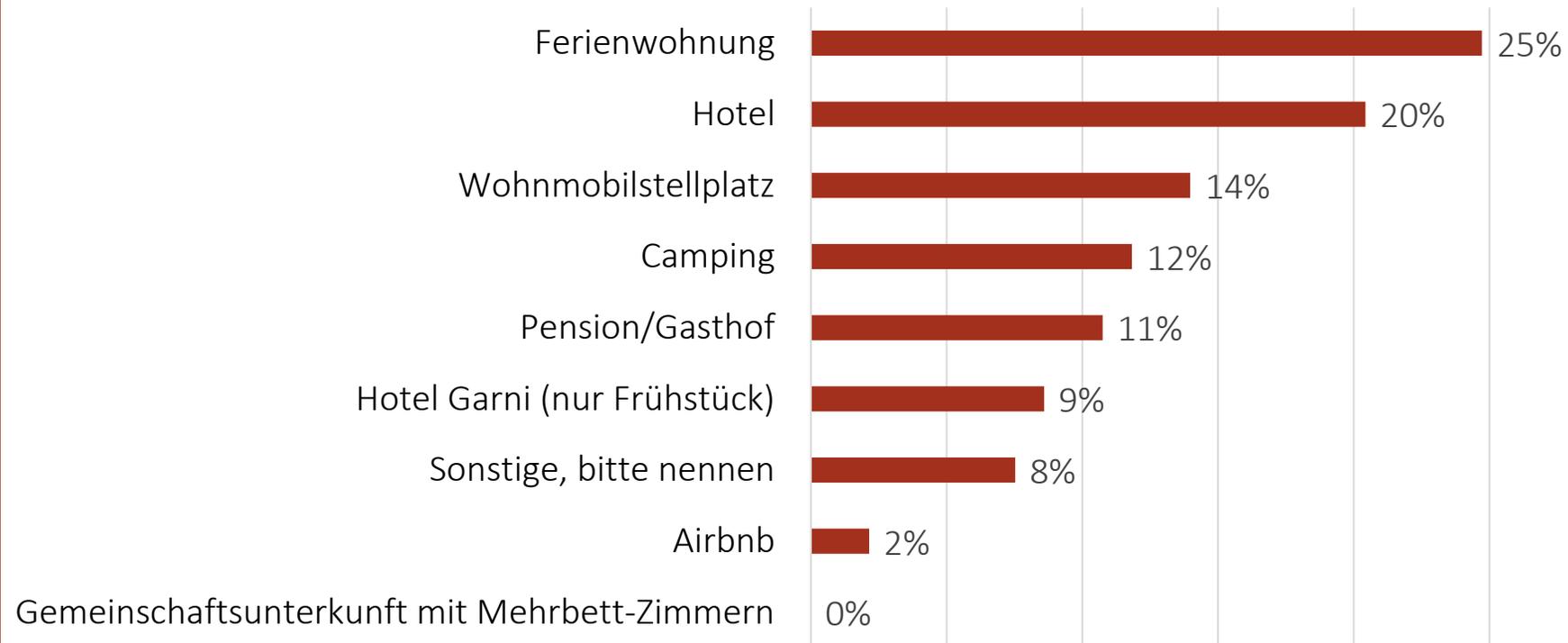
# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten



n=136

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

Welche Unterkunftsart nehmen Sie derzeit in Anspruch?



- Übernachtungsgäste: 68% der Befragten
  - Die meisten Gäste bleiben 1-3 Nächte
- Tagesgäste: 32% der Befragten

n=93

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

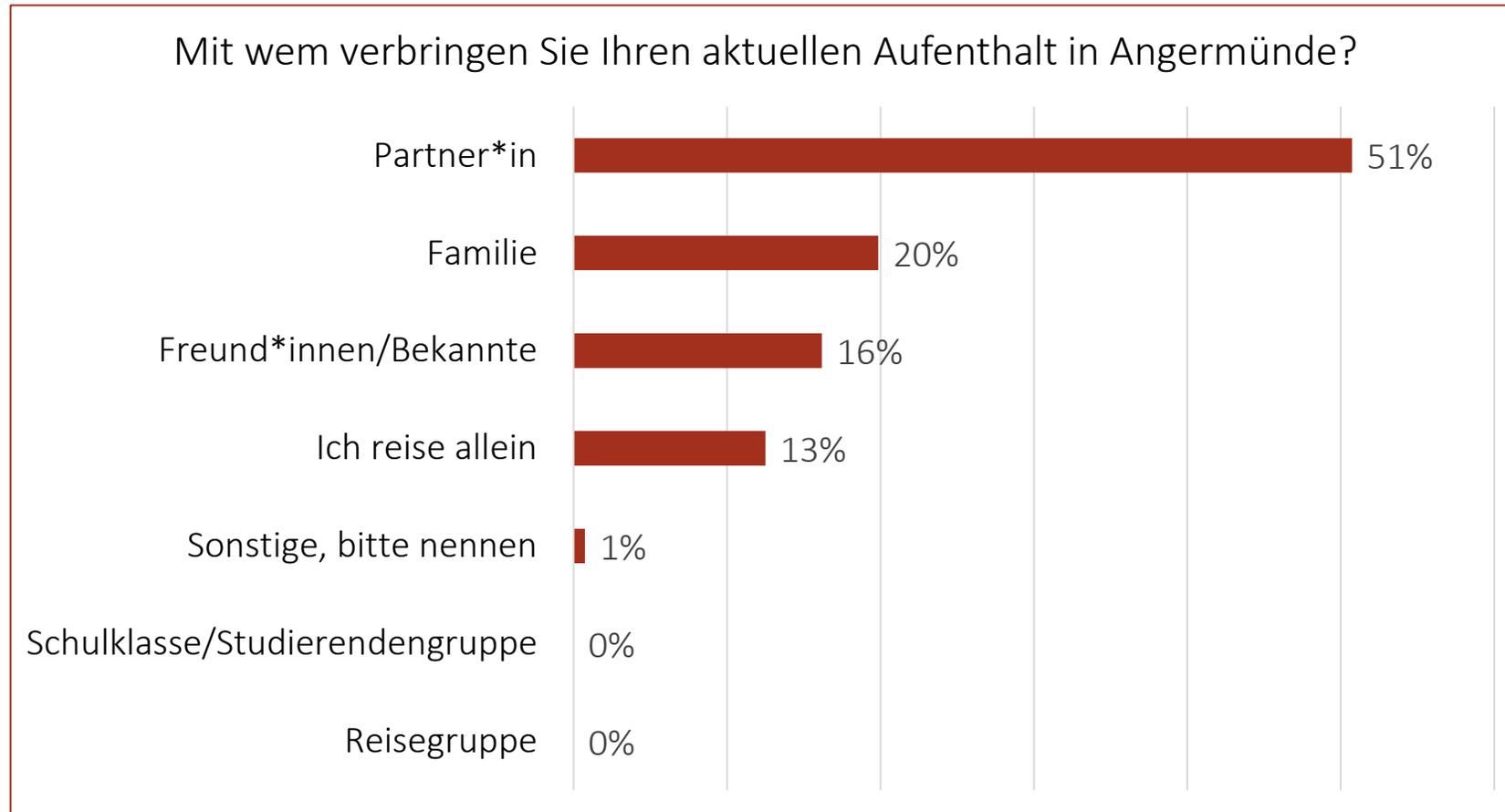


Sonstige:

- Kostenfreier Stellplatz
- Über Freund\*innen
- Private Unterkunft

n=93

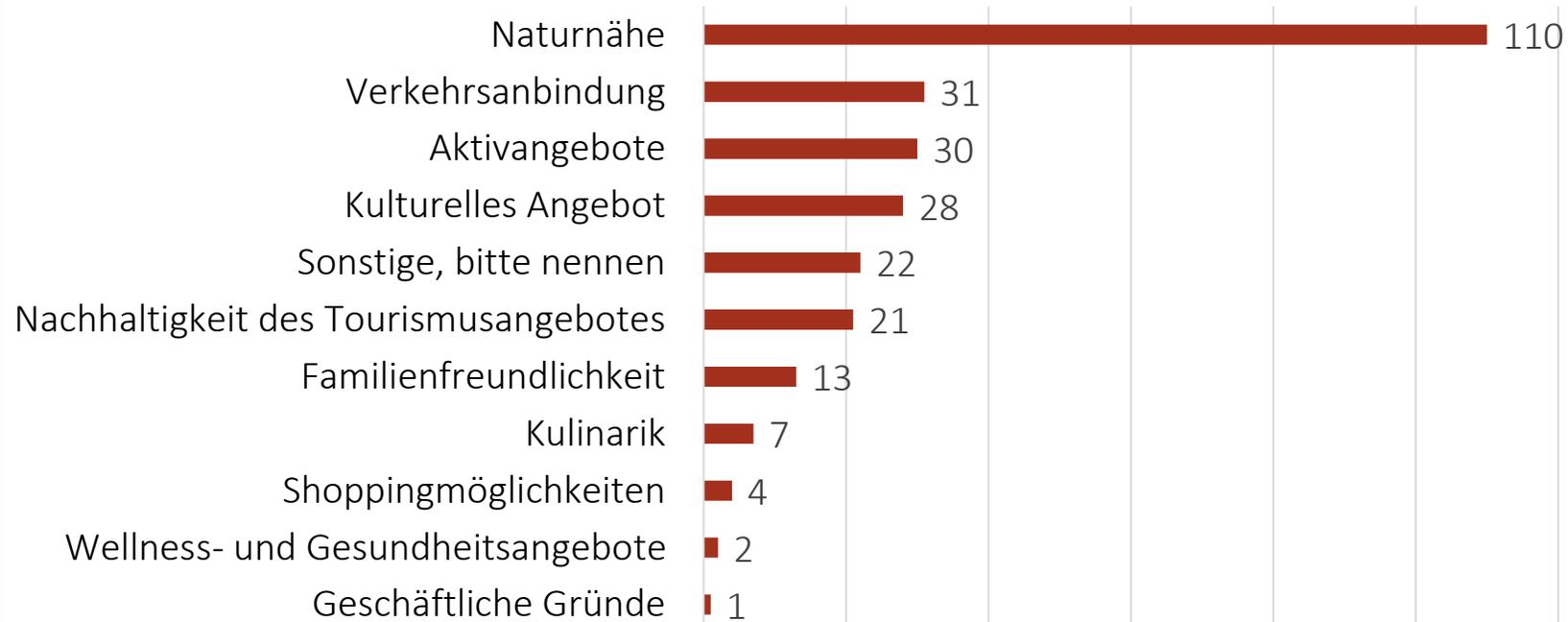
# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten



n=136

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

Warum haben Sie sich für einen Aufenthalt in Angermünde entschieden?

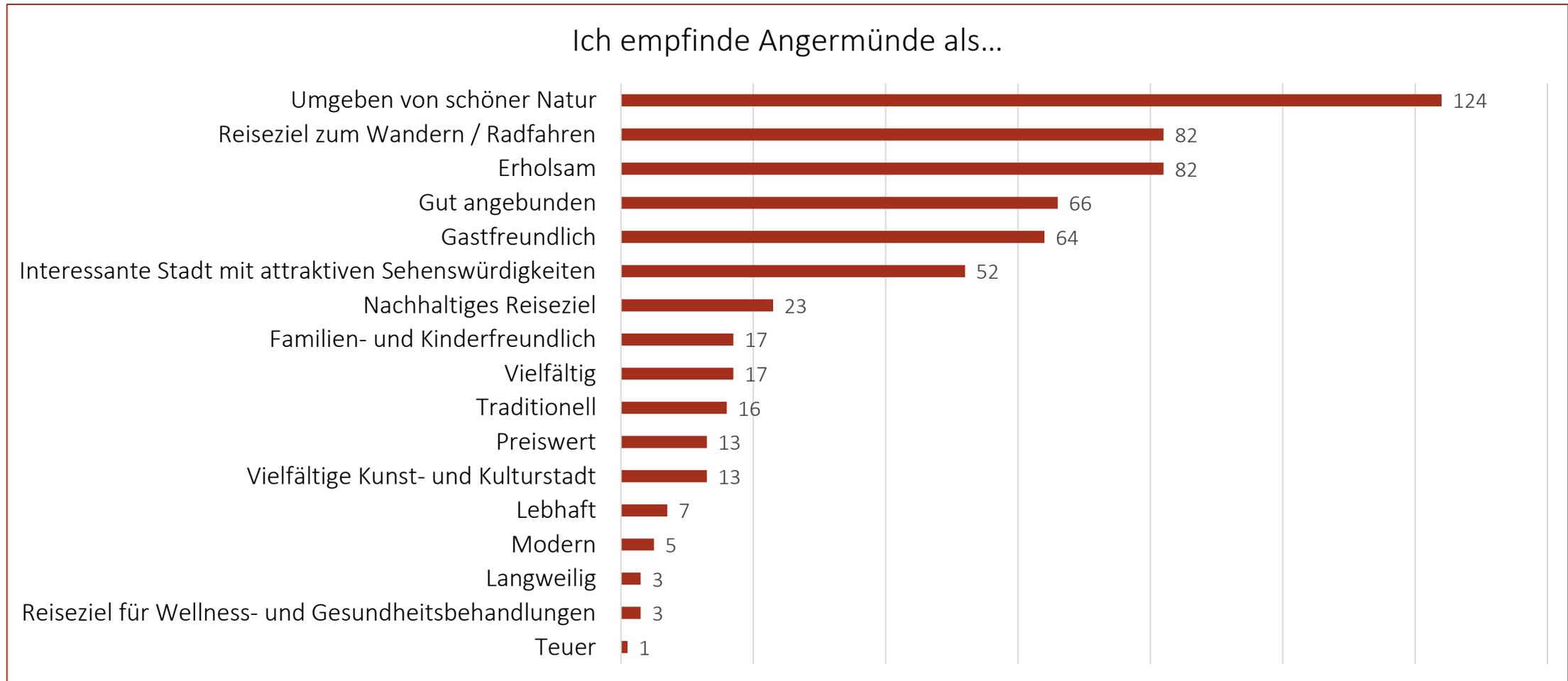


n=136

Sonstige:

- ☉ Hemme-Milch
- ☉ Familienbesuch
- ☉ Uckermärkischer Landweg
- ☉ Schöne Altstadt
- ☉ Seen/Baden
- ☉ Wanderwege
- ☉ Besuch der Oper
- ☉ Fahrradtour
- ☉ Schöne Atmosphäre
- ☉ Grün

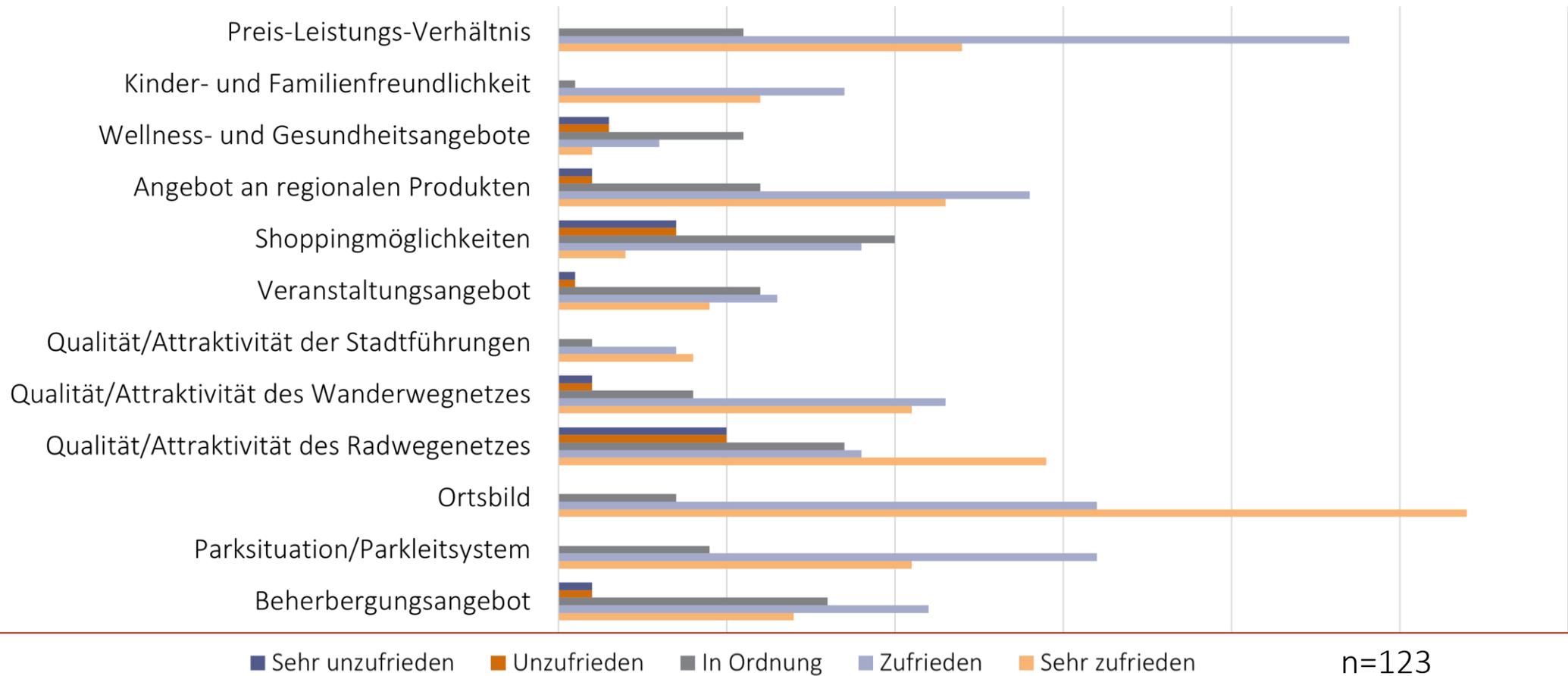
# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten



n=136

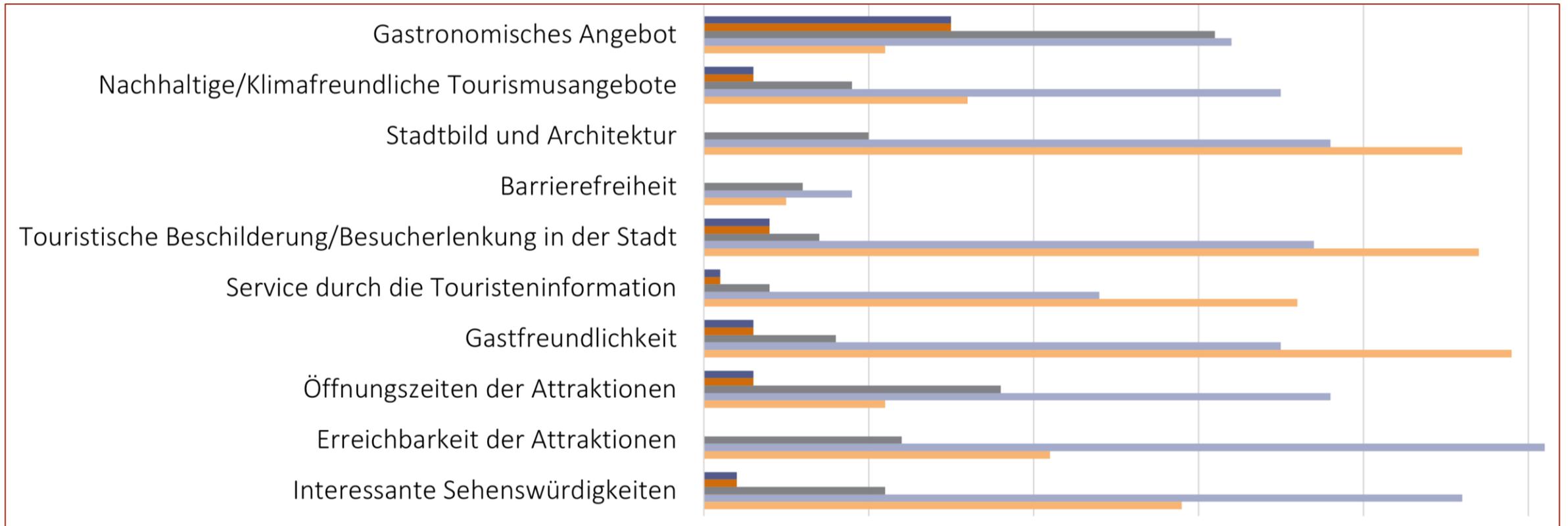
# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten des Angebots in Angermünde?



# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten des Angebots in Angermünde?

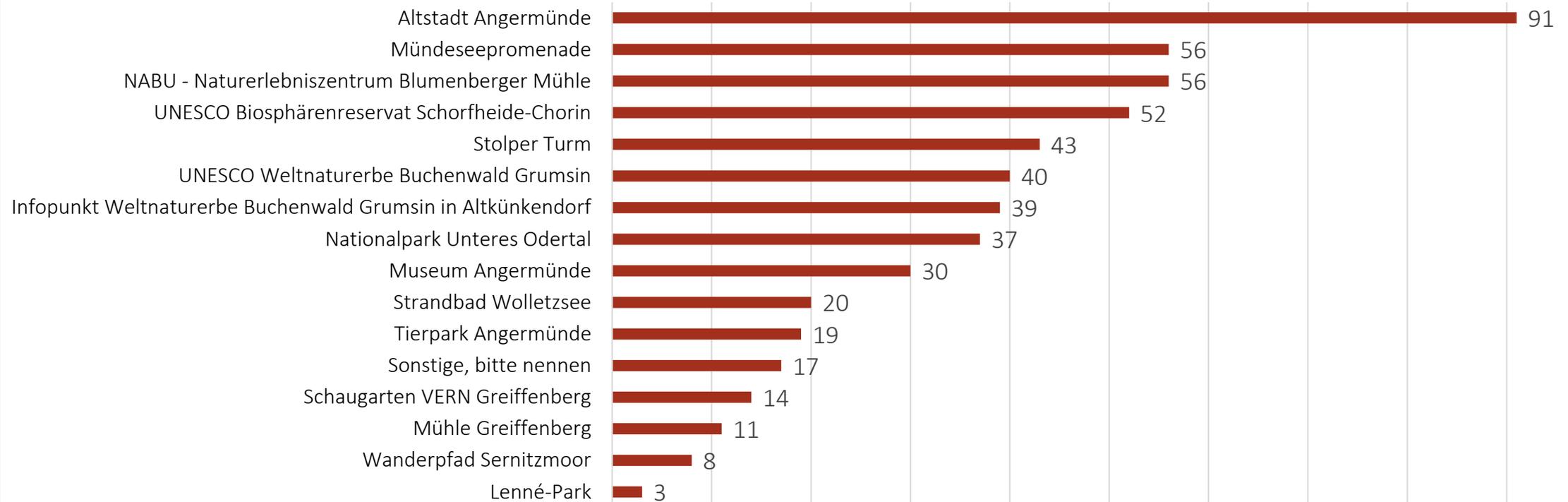


n=123

■ Sehr unzufrieden ■ Unzufrieden ■ In Ordnung ■ Zufrieden ■ Sehr zufrieden

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

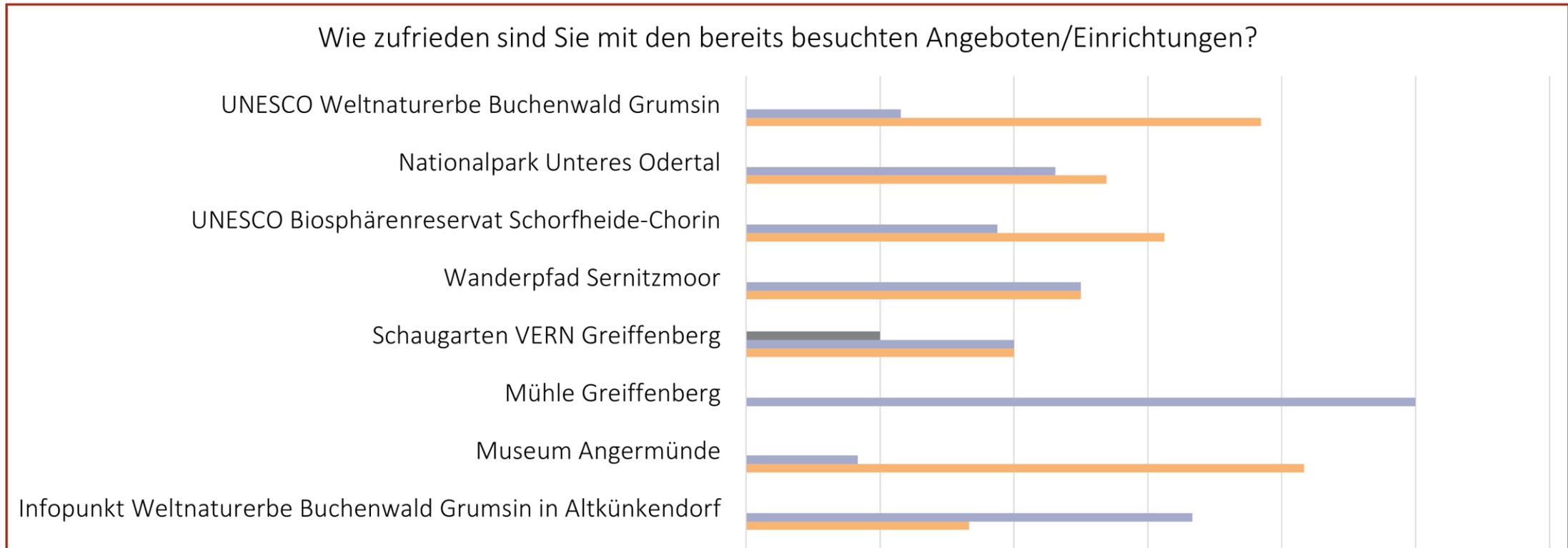
Welche der folgenden **Angebote/ Einrichtungen** haben Sie während Ihres Aufenthalts in Angermünde bereits **besucht**?



Sonstige: Geopark Eiszeitland, Hemme-Milch, Oder-Neiße-Radweg, Straußenfarm, Brennerei Grumsin, St. Marien Kirche, Parsteinsee, Gut Kerkow

n=126

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

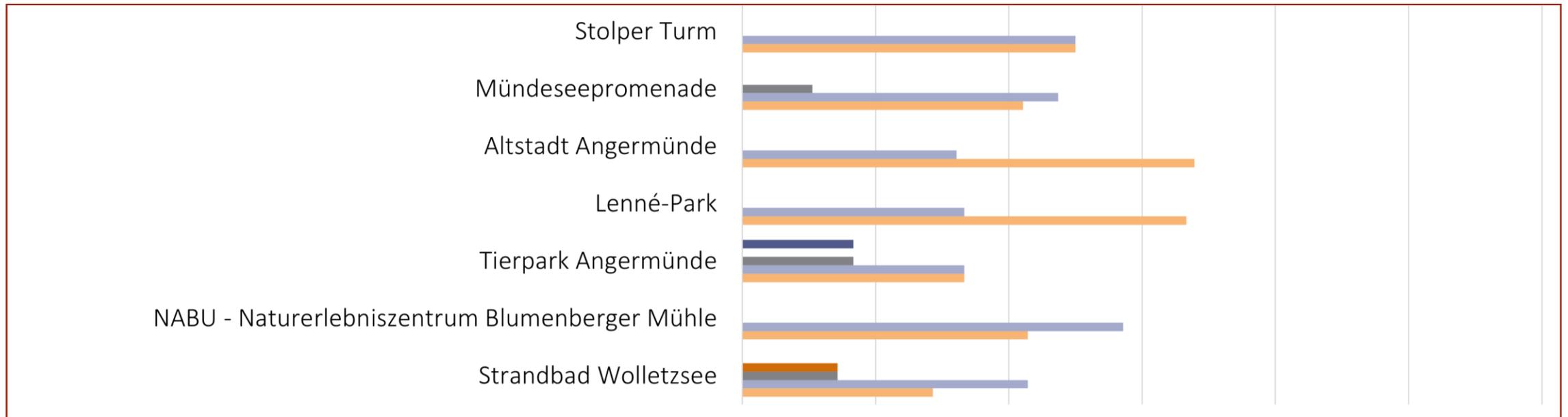


n=126

■ 5 (Sehr unzufrieden) ■ 4 (Unzufrieden) ■ 3 (In Ordnung) ■ 2 (Zufrieden) ■ 1 (Sehr zufrieden)

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

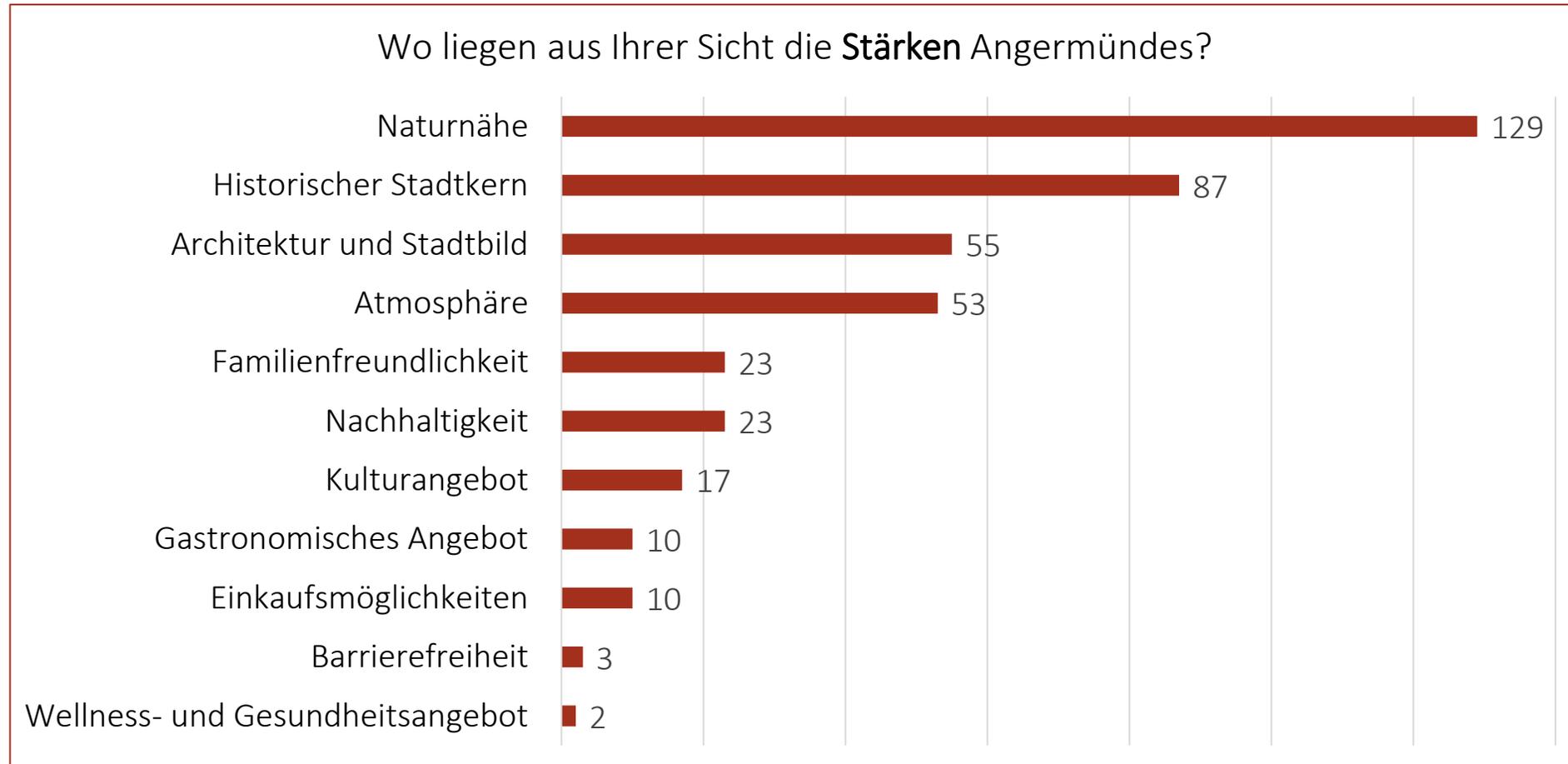
Wie zufrieden sind Sie mit den bereits besuchten Angeboten / Einrichtungen?



n=126

■ 5 (Sehr unzufrieden) ■ 4 (Unzufrieden) ■ 3 (In Ordnung) ■ 2 (Zufrieden) ■ 1 (Sehr zufrieden)

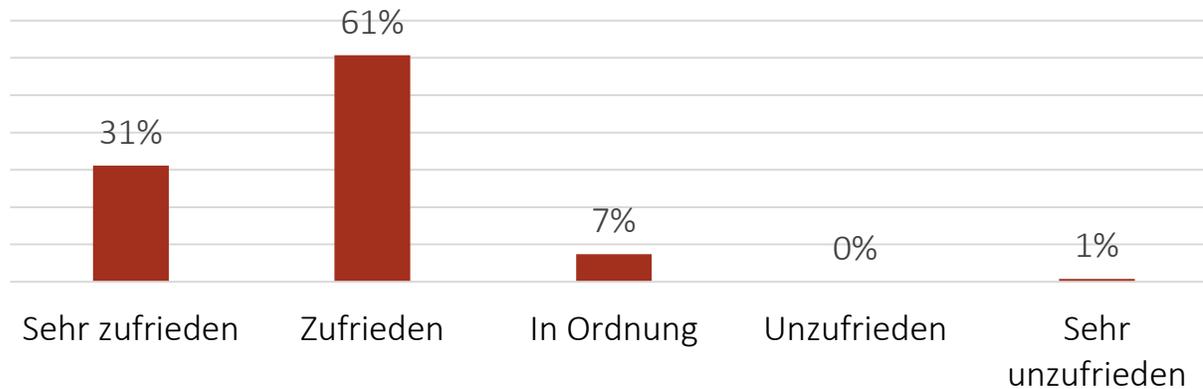
# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten



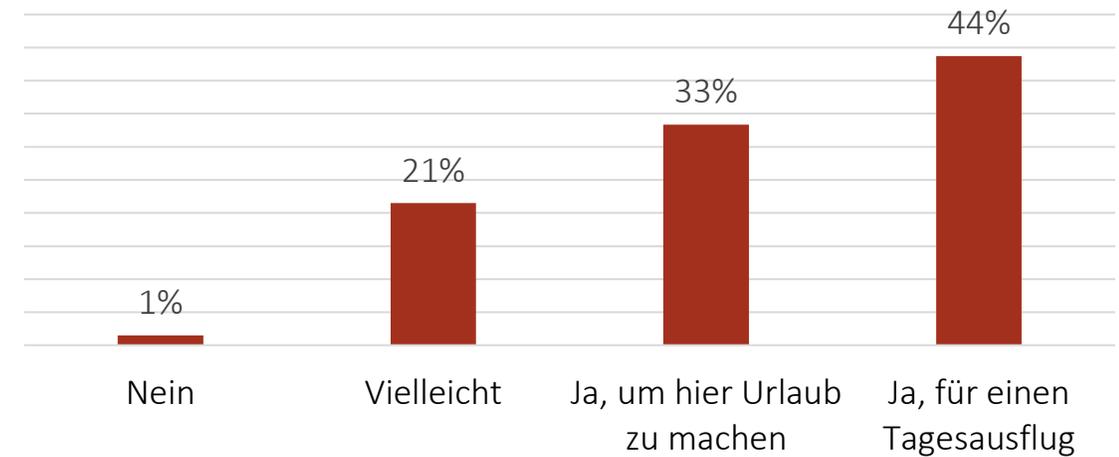
n=135

# Gästabefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten

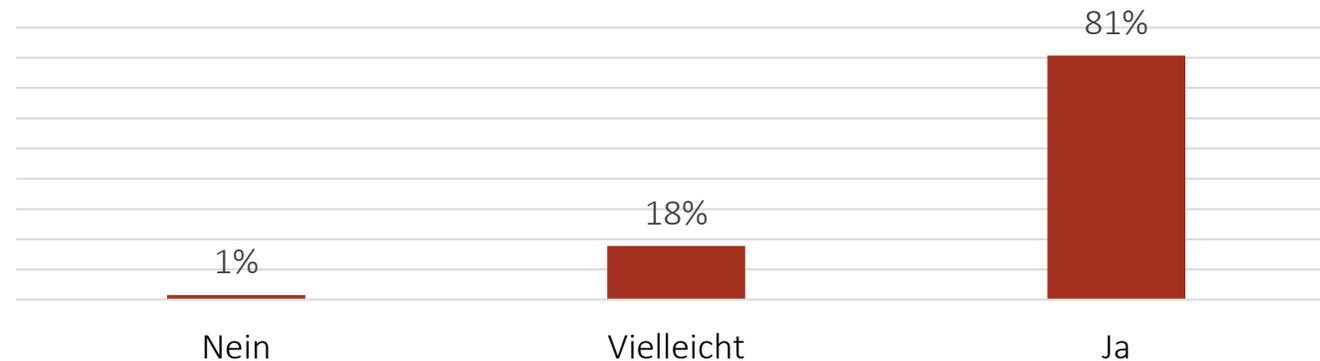
Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Aufenthalt in Angermünde?



Werden Sie Angermünde wieder besuchen?



Werden Sie Angermünde als Reiseziel weiterempfehlen?



n=135

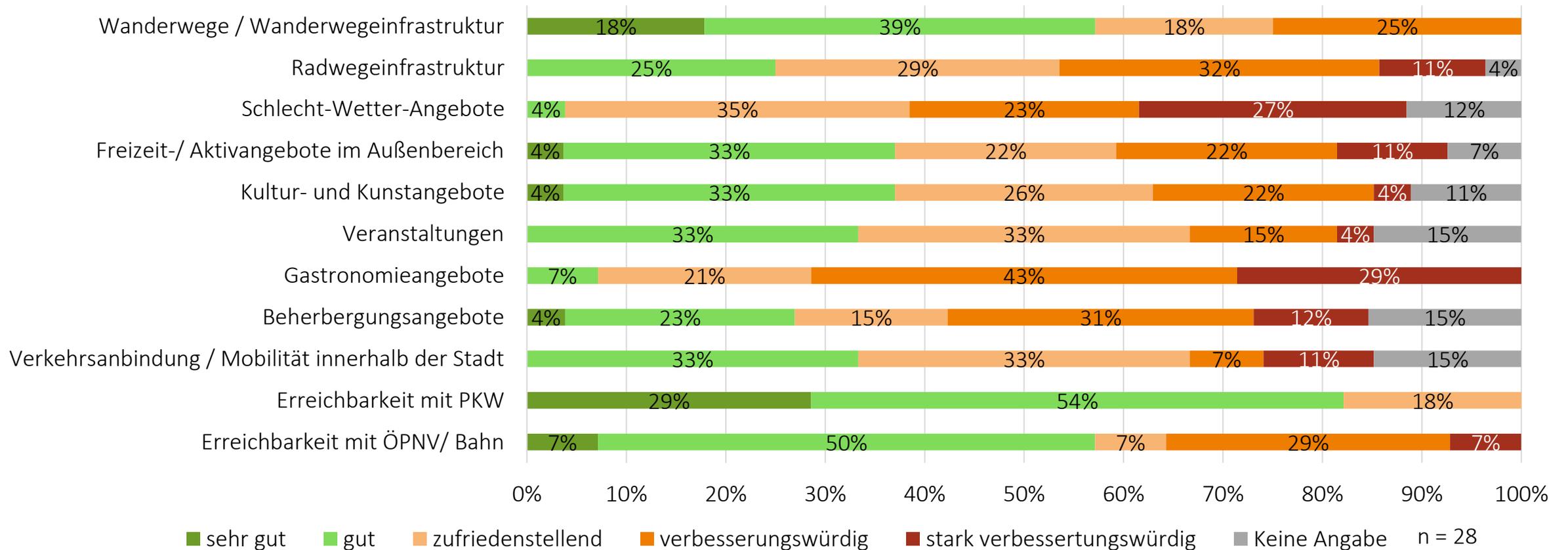
# Erste Ergebnisse - Akteursbefragung



# Akteur:innenbefragung – Ist-Situation (1)

*Die touristische Situation wird positiv bewertet, Defizite sind bei Schlecht-Wetter-Angeboten und der Gastronomie erkennbar, die Erreichbarkeit wird sehr gut bewertet*

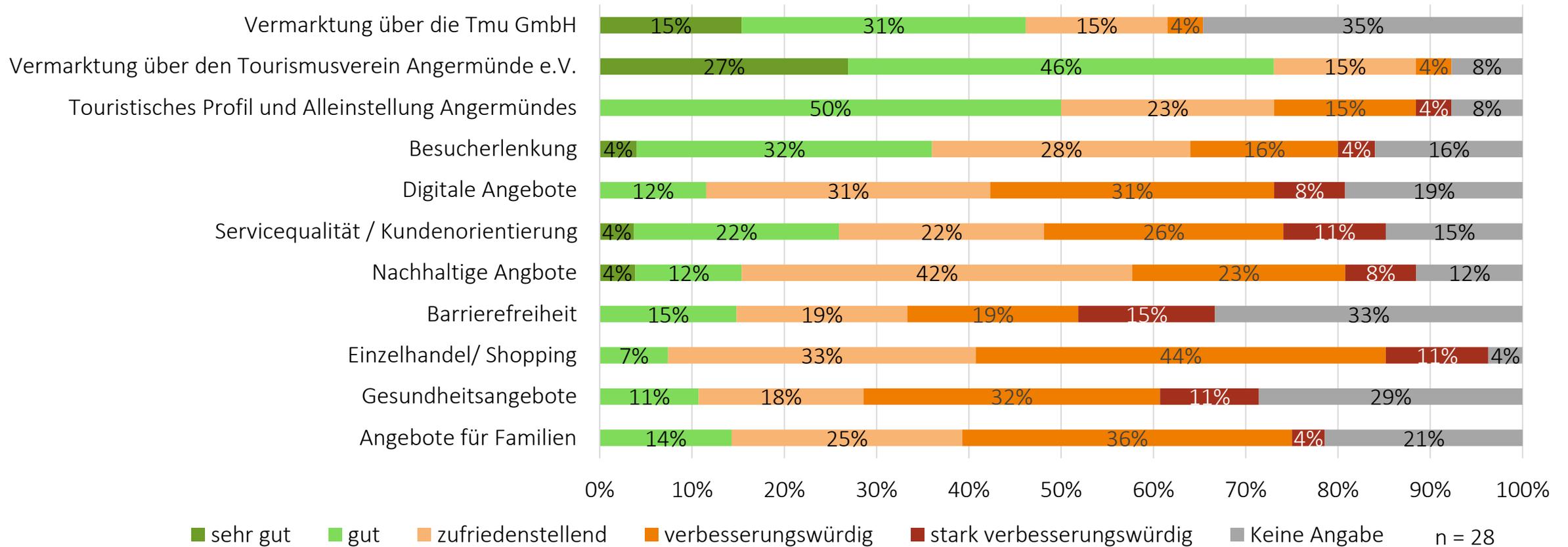
Wie bewerten Sie die aktuelle touristische Situation in Angermünde allgemein?



# Akteur:innenbefragung – Ist-Situation (2)

*Die Akteur:innen sind mit der Vermarktung durch den Tourismusverein Angermünde e.V. sehr zufrieden*

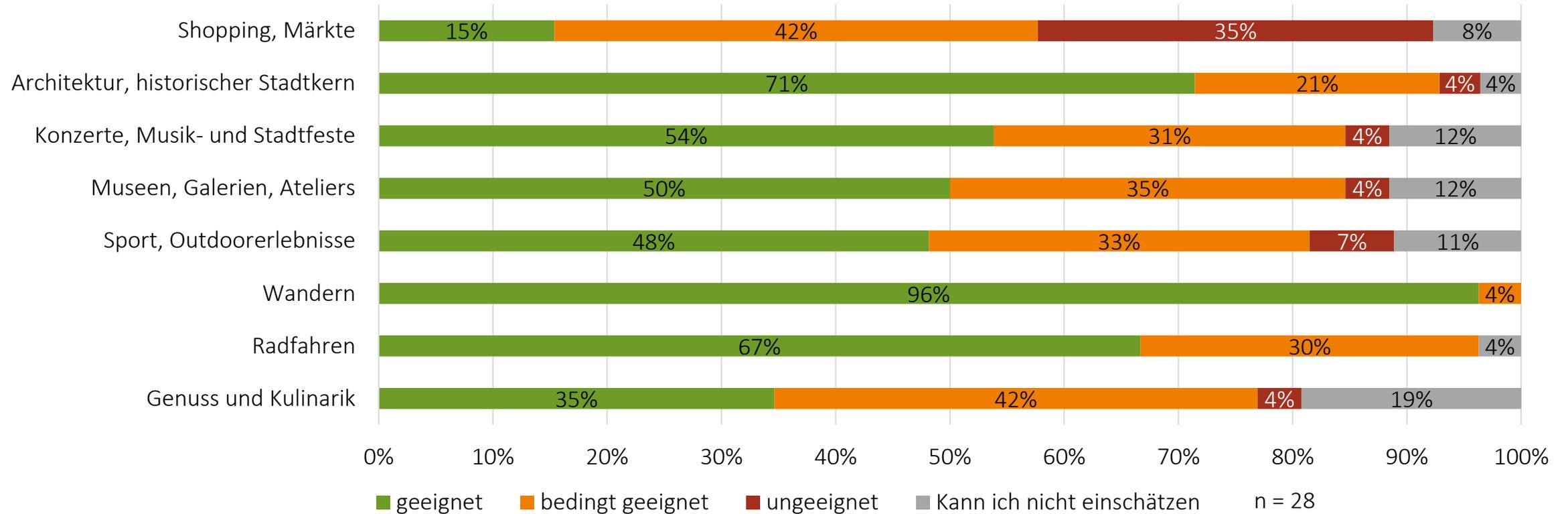
Wie bewerten Sie die aktuelle touristische Situation in Angermünde allgemein?



# Akteur:innenbefragung – Künftige Tourismusedwicklung (1)

*Die Zukunftsthemen für die Tourismusedwicklung sind aus Sicht der Akteur:innen vor allem Architektur, Natur/-Bildung, Wandern und Radfahren*

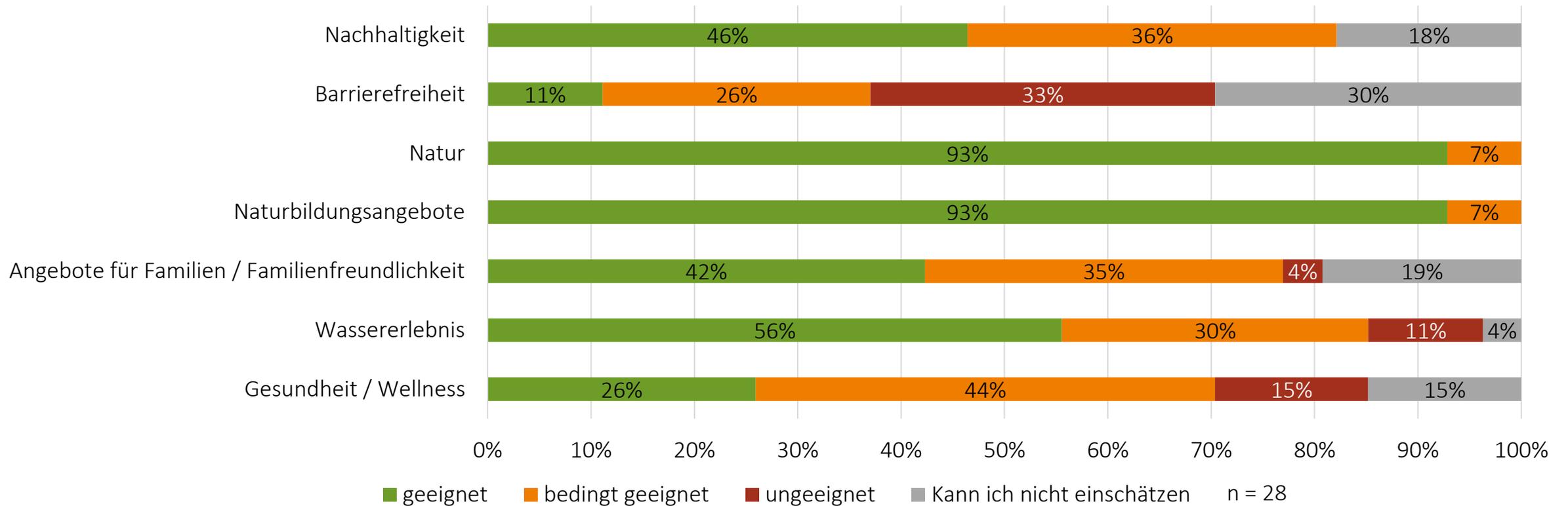
Welche der folgenden Themen eignen sich besonders für die zukünftige Tourismusedwicklung in Angermünde?



# Akteur:innenbefragung – Künftige Tourismusedwicklung (2)

*Die Zukunftsthemen für die Tourismusedwicklung sind aus Sicht der Akteur:innen vor allem Architektur, Natur/-Bildung, Wandern und Radfahren*

Welche der folgenden Themen eignen sich besonders für die zukünftige Tourismusedwicklung in Angermünde?



# Akteur:innenbefragung - Stärken

SCHUTZLANDSCHAFTEN

NÄHE ZUR NATUR

KULTURANGEBOTE

RUHE/NICHT ÜBERLAUFEN

AKTIVANGEBOTE (RADFAHREN/WANDERN)

HISTORIK/HISTORISCHER STADTKERN

LAGE

ANBINDUNG

n = 32

# Akteur:innenbefragung - Schwächen

GASTRONOMIE (GERINGES ANGEBOT, SCHLECHTE QUALITÄT)

SCHLECHTWETTERANGEBOTE

BEHERBERGUNGSKAPAZITÄTEN

RADWEGENETZ

FEHLENDE ANGEBOTE AUßERHALB DES STADTKERNS

BUSVERBINDUNGEN

BESCHILDERUNG (TOUR. ATTRAKTIONEN/RADWEGE)

ANGEBOTE FÜR JUNGE MENSCHEN

ANGEBOTE FÜR FAMILIEN

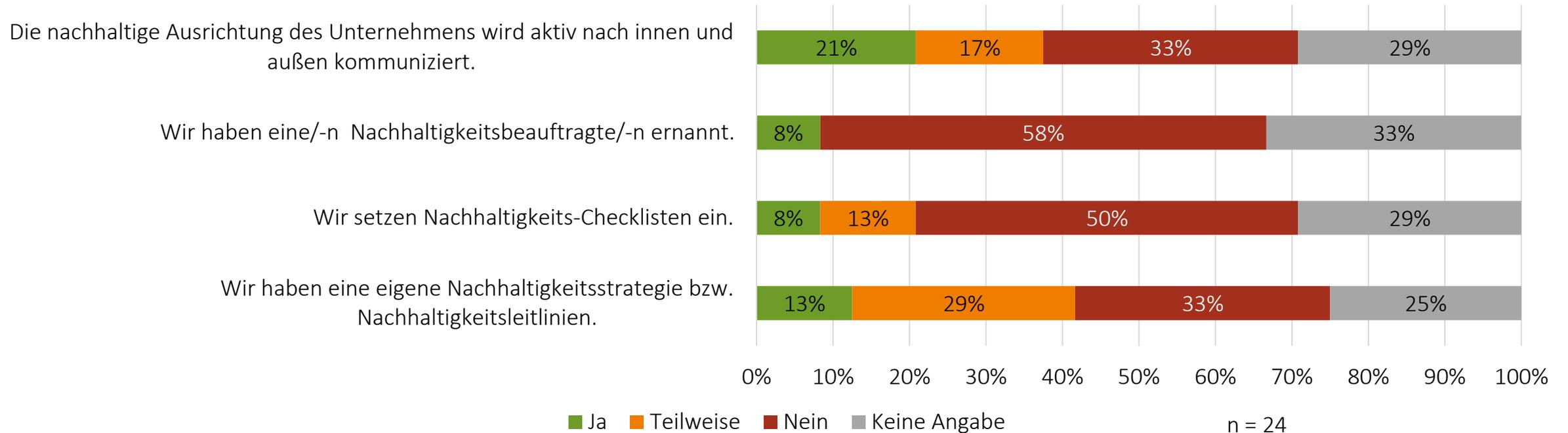
VERNETZUNG DER ANGEBOTE

n = 32

# Akteur:innenbefragung – Nachhaltiges Management

*Nur ein geringer Anteil der Befragten setzt Maßnahmen/Aktivitäten zum nachhaltigen Management um*

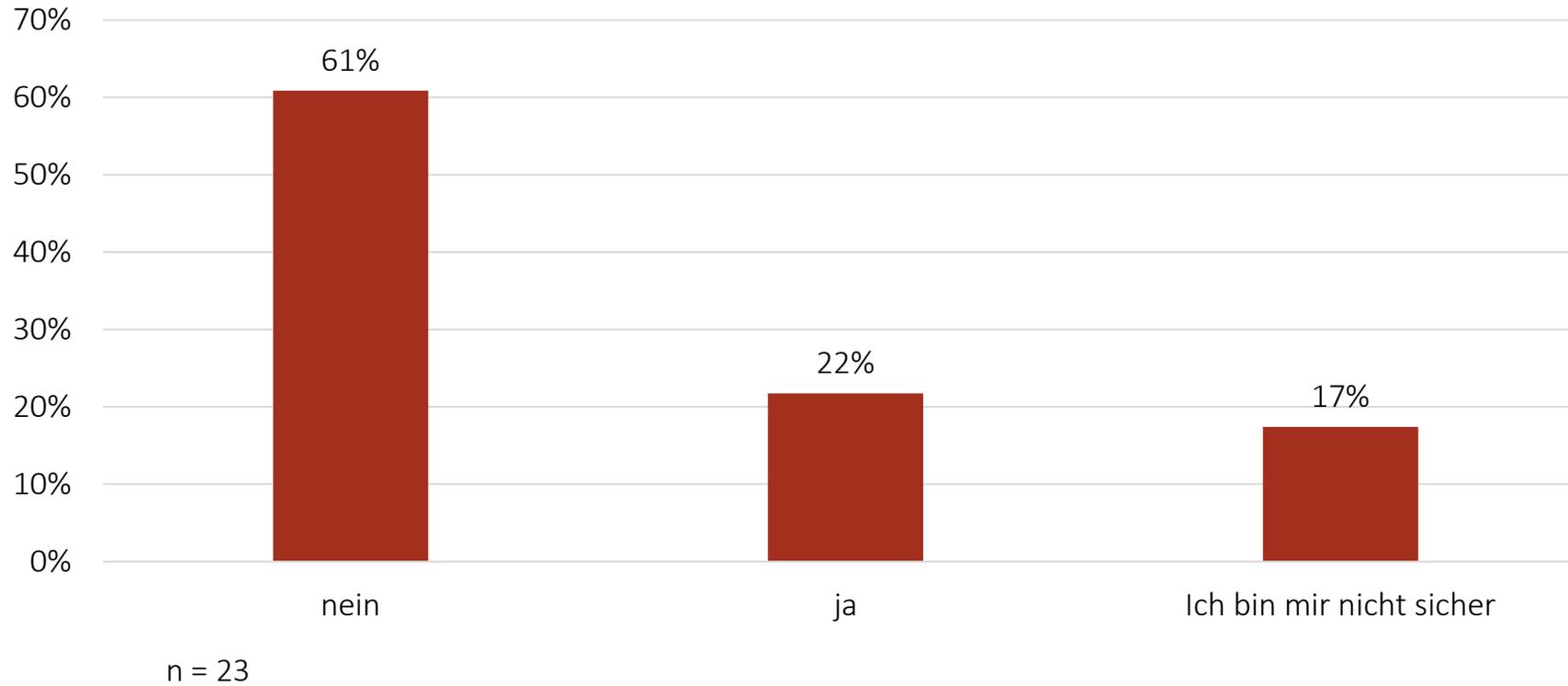
Welche der folgenden Maßnahmen/Aktivitäten führen Sie in Ihrem Unternehmen/in Ihrer Organisation in Bezug auf **nachhaltiges Management** bereits durch?



# Akteur:innenbefragung – Nachhaltigkeits-Check TVA

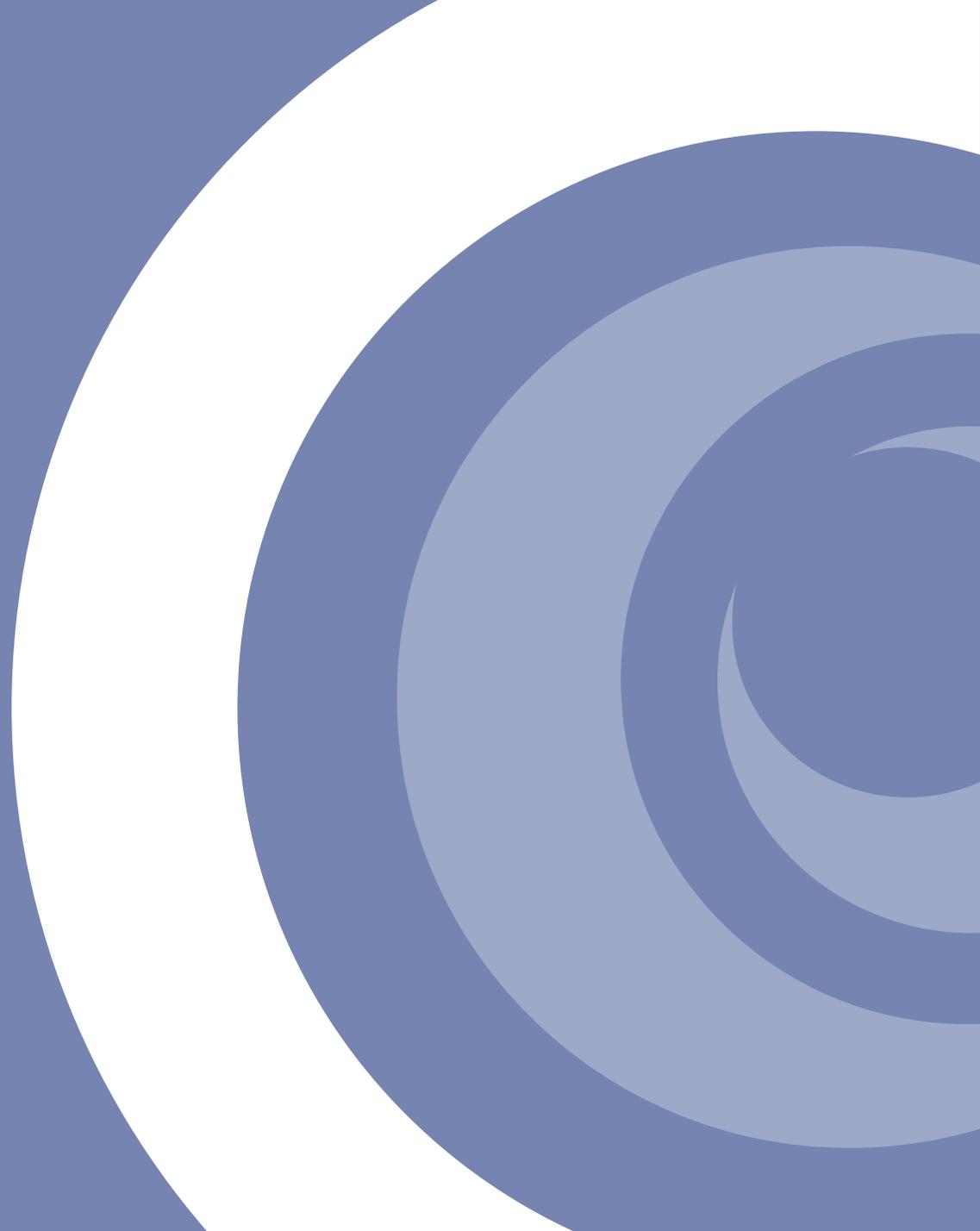
*Der Nachhaltigkeits-Check des Tourismusverbands Angermünde e.V. ist unter den Befragten kaum bekannt*

Kennen Sie den Nachhaltigkeits-Check des Tourismusvereins Angermünde e.V. für touristische Anbieter:innen?



- Von den 5 Akteur:innen, denen der Check bekannt ist, wird er von lediglich einem Unternehmen/ einer Organisation genutzt

# Trends und gesellschaftliche Entwicklungen



# Trends: Überblick



Demografischer Wandel



Digitalisierung



Stress und Hektik  
im Alltag



Wertewandel und  
Nachhaltigkeit



Individualität und  
steigende  
Qualitätsansprüche



Tourismus als Impuls für  
Daseinsvorsorge und  
Lebensqualität



Tourismus in Zeiten von  
Krisen



Alternative  
Urlaubsformen

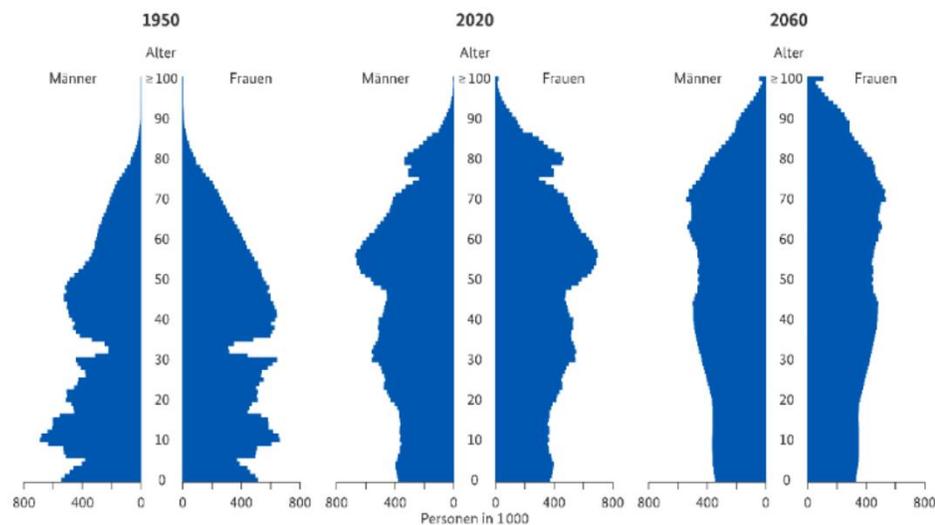
# Trends: Demografischer Wandel

## Volumenzuwachs im Segment älterer Reisender, Bis 2025 ca. 10 Mio. mehr Kurzurlaubsreisen bei 70+



- ☉ Führt langfristig zu Bevölkerungsrückgang
- ☉ Zunahme älterer, kaufkräftiger Menschen
- ☉ Steigende Affinität zu Natur und Nachhaltigkeit, aber auch Bedürfnis nach Komfort und Sicherheit

Altersstruktur der Bevölkerung, 1950–2060



2060: 14. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2  
Datenquelle: Statistisches Bundesamt  
Bildlizenz: CC BY-ND 4.0 (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung 2021)



### Bedeutung für Angermünde:

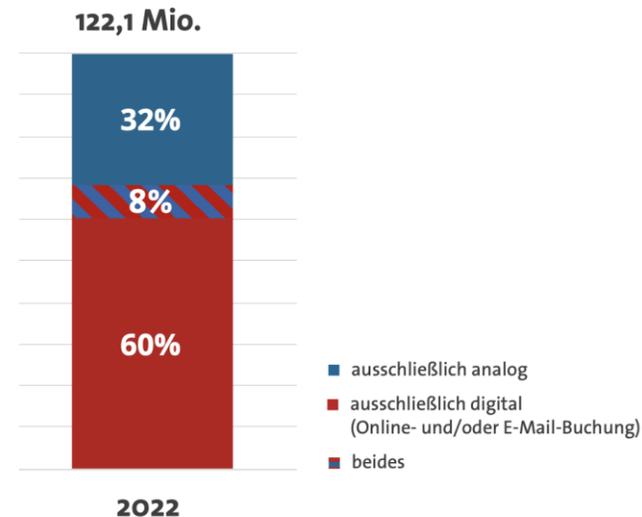
- ☉ Anpassen der Service-Qualität an hohe Ansprüche der Reisenden: Ausbau qualitativ-hochwertiger und barrierefreier Angebote
- ☉ Ansprache der Zielgruppe durch gemäßigte Aktivangebote, Verknüpfung der Themen Genuss/Kulinarik und Kultur bzw. Geschichte
  - ➔ Bereits Angebotsschwerpunkte in Angermünde
- ☉ Zunehmend geringe Saisonalität, steigender Anteil der Inlandsreisen
  - ➔ Ausbau der Kapazitäten als Reaktion auf steigende Nachfrage

# Trends: Digitalisierung

## Digitaler Wandel erfasst alle Bereiche von Gesellschaft und Wirtschaft



- ☉ Digitalisierung in allen Lebensbereichen durch COVID-19-Pandemie massiv beschleunigt
- ☉ Zunahme der Smartphone-Nutzung birgt neue Möglichkeiten für digitales Reiseerlebnis und –vertrieb
- ☉ Reisen werden inzwischen hauptsächlich digital gebucht
- ☉ Kontaktlose Zahlungen werden zum neuen Standard
- ☉ KI vereinfacht Kundenkontakt (z.B. Chatbots, zugeschnittene Empfehlungen basierend auf Webseitenbesuchsverlauf)
  - Reaktion auf Fachkräftemangel
- ☉ Sprachbasierte digitale Assistenz wird zunehmend erwartet (z.B. Steuerung Licht in Hotels)



Quelle: VIR Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2023

### Bedeutung für Angermünde:

- ☉ Ausbau Vermarktung über verschiedene digitale Kanäle, um den Gast zu inspirieren, zu informieren und Angebote zugänglich zu machen
  - Vor allem Soziale Medien wichtig, um Gäste zu erreichen
- ☉ Sicherstellen der Online-Buchbarkeit
- ☉ Einsatz von multimedialem Storytelling (v.a. im Bereich Angebotspräsentation, z.B. durch Virtual/Augmented Reality an Erlebnisorten)
- ☉ Online-“Netzwerkarbeit“ mit strategischen und touristischen Partnern

# Trends: Hektik und Stress im Alltag

## *Natur als (Freizeit-)Gegenwelt bzw. Rückzugsort zum Alltag, zunehmendes Verlangen nach naturverbundenen Aktivitäten*



- ☉ Von Hektik und Stress geprägter Alltag durch z.B. Druck am Arbeitsplatz, Spannungen in der Familie etc.
- ☉ Reizüberflutung und Entfremdung von der Natur durch Technisierung und Verstädterung
- ☉ Zunehmendes Verlangen nach Entschleunigung in der Natur



### Bedeutung für Angermünde:

- ☉ Ländliche, dörfliche Gebiete und Naherholungsgebiete als wichtige Ruhepole
- ☉ Kombination von Stadt und Natur bei Angeboten mit entschleunigendem und/oder aktivierendem Charakter
- ☉ Naturnahe Angebote in Verbindung mit Aktivitäten wie Wandern und Radfahren
- ☉ Gezielte Ansprache gestresster Städter, Kommunikation der aktiven Angebote und Naturflächen

Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

# Trends: Wertewandel und Nachhaltigkeit

## *Steigende Ansprüche/Fokus auf Regionalität, Authentizität und Nachhaltigkeit bergen großes Potenzial für den Tourismus*



- ☉ Von der Spaß- zur Sinn-Gesellschaft, Individualisierung der Gesellschaft, steigende Bedeutung von Freiheit
- ☉ Verstärkte Suche nach Authentizität, Regionalität, Erlebnisorientierung, ursprünglicher Landschaft
- ☉ Steigendes Gesundheits-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein
- ☉ Sehnsucht nach Balance mit sich selbst
- ☉ Reisende wollen „Einheimische auf Zeit“ sein und in die Alltagswelt vor Ort eintauchen
- ☉ Reisende als „Prosumer“: beteiligen an der Gestaltung, anstatt nur zu konsumieren
- ☉ Resonanz (Beziehungen aufbauen, etwas zurück geben) wird wichtiger

### Bedeutung für Angermünde:

- ☉ Gegensatz schaffen zum urbanen, global orientierten und hektischen Alltag
- ☉ Entwicklung / Vermarktung von Angeboten mit authentischem Erlebnischarakter, u.a. indem hinter die Kulissen geschaut werden kann und/oder die Anbieter:innen kennengelernt werden können
- ☉ Fokus bei Angebotsentwicklung: Sinn stiften, Wissen erweitern, Authentisches erleben
- ☉ Lokale Geschichten rund um nachhaltiges Wirtschaften und Angebote touristisch inszenieren
- ☉ Verbesserung der Sichtbarkeit nachhaltiger Angebote
- ☉ Gastfreundschaft auch im Sinne der Resonanz immer wichtiger

# Trends: Individualität und steigende Qualitätsansprüche

## *Ansprüche der Gäste steigen, Erwartung individueller Angebote*



- 🕒 Veränderung des Reiseverhaltens: hybrider und individueller, kürzer, aber häufiger
- 🕒 Steigende Erwartungen der Reisenden: Bequemlichkeit, Informationen müssen leicht auffindbar sein
  - höherer Qualitätsanspruch, Basisqualität wird erwartet, entscheidend ist „Überraschungsqualität“
- 🕒 Wunsch persönlicher Ansprache im Marketing steigt
- 🕒 Hohe Anforderungen an den Komfort des Angebotes
- 🕒 Moderne Inszenierung der Angebote, Individualisierung der Erlebnisse, Vernetzung der Angebote

### Bedeutung für Angermünde:

- 🕒 Kombination unterschiedlicher Themenbausteine ermöglichen (z.B. Natur mit Genuss/Kulinarik)
- 🕒 Reiseerfahrene Gäste mit Neuem begeistern
- 🕒 Entwickeln von „Premiumprodukten“: ins Schaufenster stellen, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Orientierung zu geben
- 🕒 Erfüllung von allgemeingültigen Kriterien der touristischen Angebots- und Servicequalität, um Gäste zufrieden zu stellen
- 🕒 Verlässliche, transparente Kommunikation der Qualität an Gäste
- 🕒 Beteiligung der Anbieter:innen an geeigneten Qualitätsoffensiven und Zertifizierungen
- 🕒 Auf Bedürfnisse zugeschnittene, persönliche Kommunikation

Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

# Trends: Tourismus als Impuls für Daseinsvorsorge und Lebensqualität

## *Tourismus bietet Chance zur Entwicklung einer lebenswerten Region*

- 🕒 Tourismus wird zu einem wesentlichen Standortfaktor:
  - Freizeitwert unterstützt Ansiedlung/Bindung von Unternehmen und Arbeits-/Fachkräften
  - Touristische Nachfrage unterstützt Erhaltung von Lebensqualität (Infrastruktur etc.)
- 🕒 Zunehmend unsichere Finanzierungs- und Organisationsstrukturen
- 🕒 Overtourism in vielen Destinationen spürbar
- 🕒 Steigende Bedeutung der Themen Mobilität, Barrierefreiheit, Fachkräfte auch im Tourismus



Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

### Bedeutung für Angermünde:

- 🕒 Tourismusentwicklung: integriert und koordiniert lokale/regionale Entwicklungsstrategien berücksichtigen (Mobilität, Einzelhandel, Freizeit, Wirtschaftsförderung)
- 🕒 Steigerung des Tourismusbewusstseins durch Einbindung der Bevölkerung als Gestalter und Nutzer der touristischen Leistungen (Angermünder als „Gäste“-Zielgruppe betrachten)
- 🕒 Nutzung der lokalen/regionalen Identität als Profilierungselement des touristischen Angebots und auch zur Bindung der Bevölkerung
- 🕒 Gezielte Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten durch Berücksichtigung regionaler Produkte/Produzenten
- 🕒 Intensives Innenmarketing/Qualifizierung mit/über identitätsfördernde Themen bzw. gesellschaftliche Zukunftsthemen: Beteiligungsprozesse und Stakeholdermanagement

# Trends: Tourismus in Zeiten von Krisen

***Sich häufende Krisen bringen für die Tourismusbranche weltweit große Probleme und Gefahren mit sich; Resilienz und Anpassung unerlässlich***



- 🕒 Auslandsreisen werden unsicherer, steigende Nachfrage nach touristischen Zielen im Inland
- 🕒 Kapazitätsprobleme in klassischen Urlaubsdestinationen (Alpen, Nordsee, Ostsee): Unbekanntere Destinationen profitieren
- 🕒 Großstädte verlieren (langsame Erholung), ländliche Räume und Kleinstädte gewinnen: Entschleunigung, Ausflüge, unberührte Natur, individuelle spannende Aktivitäten (Bewegung im Freien) werden wichtiger
- 🕒 Individuelle Unterkünfte, Ferienwohnungen und Campingangebote sind die Gewinner
- 🕒 Corona-Pandemie begünstigte die Umsetzung neuer und nachhaltiger Tourismuskonzepte

## Bedeutung für Angermünde:

- 🕒 Durch Schaffung notwendiger Infrastruktur (Camping- und Wohnmobilstellplätze, Bett+Bike, attraktives Radroutennetz) können Gästegruppen gezielt angesprochen und länger in Region gehalten werden
- 🕒 Erlebnisorientierte Kulturangebote schaffen
- 🕒 Verbindung von Natur-/Aktivangeboten (Uckermark) und kulturellen Angeboten (Angermünde) bieten ideale Voraussetzungen zur Angebotsentwicklung

Quelle: Tourismusverein Angermünde e.V.

# Trends: Alternative Urlaubsformen

## Änderungen der Arbeitswelt beeinflussen die Urlaubsformen

- 🕒 Digitalisierungsschub führt zu Veränderung der Arbeitsstrukturen (z.B. Remote Work, flexible Arbeitszeiten)
- 🌐 Verbesserung der digitalen Vernetzung erlaubt zudem die Verlagerung des Arbeitsplatzes
- 🏠 Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben gewinnt an Bedeutung
- 🏞️ Führt zu alternativen Urlaubsformen, wie Workation (Verlagerung der Arbeit an den Urlaubsort)
- 🏠 Rahmenbedingungen, die Arbeiten am Urlaubsort erlauben, werden wichtiger (z.B. WLAN, Drucker etc.)



### Bedeutung für Angermünde:

- 🕒 Neue Zielgruppe, die Arbeit und Urlaub verbindet
- 🏠 Schaffen der Rahmenbedingungen, die arbeiten im Urlaub ermöglichen
- 🏞️ Kommunikation der Möglichkeiten, in der Unterkunft arbeiten zu können

# Arbeit in Kleingruppen



# Diskussion in drei verschiedenen Breakout-Rooms

## Fragestellungen



Raum 1: Welche Rückschlüsse ziehen wir aus der **Angebotsituation (einschließlich Einschätzung durch die Gäste)** für die künftige Tourismusedwicklung?

Raum 2:

Wie können wir **aktuelle Trends** im Tourismus in Angermünde berücksichtigen? Was können wir tun?

Was bedeutet **Resilienz** im Tourismus für Angermünde?



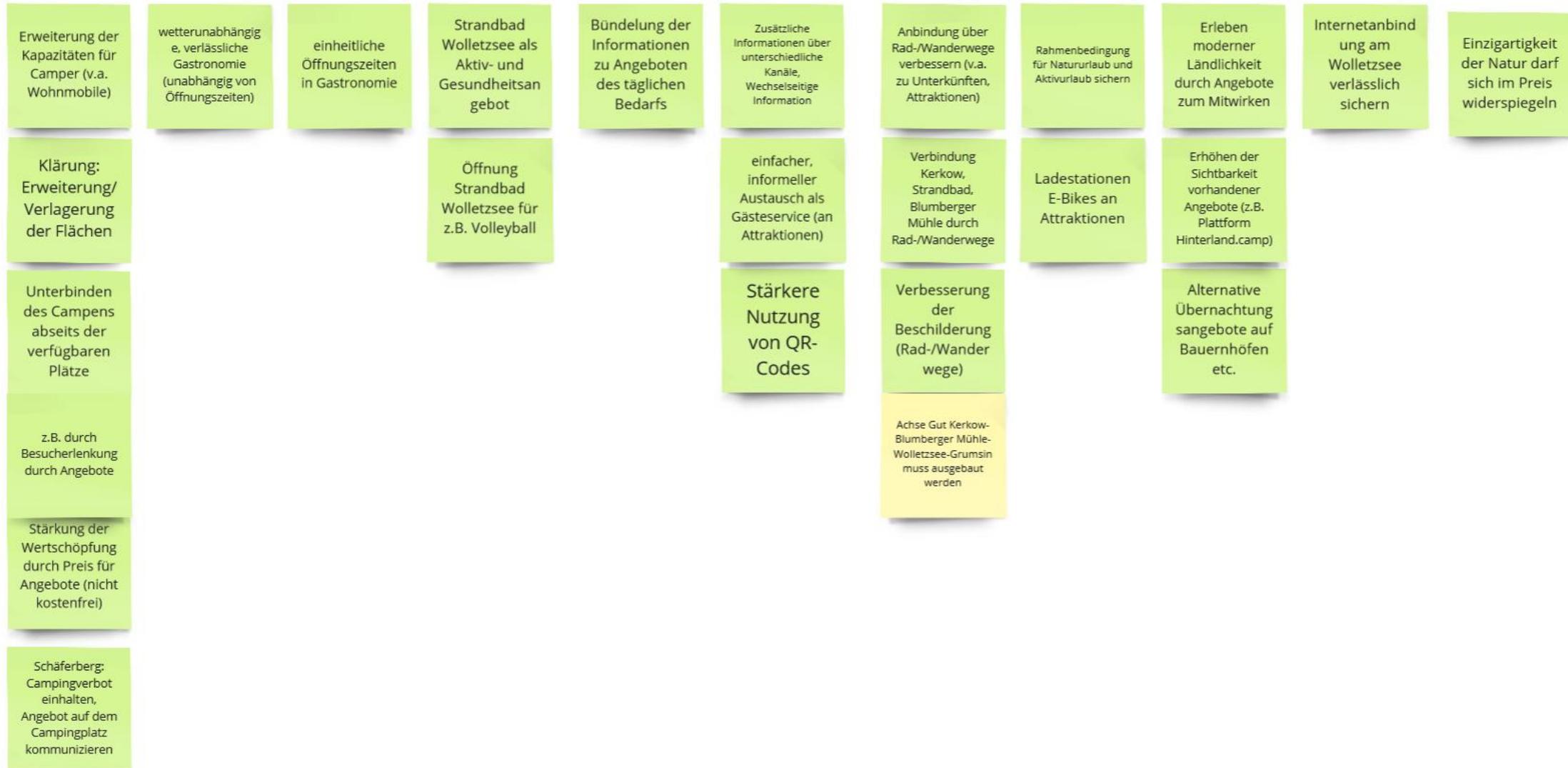
Arbeit in Kleingruppen  
25 Minuten



# Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse



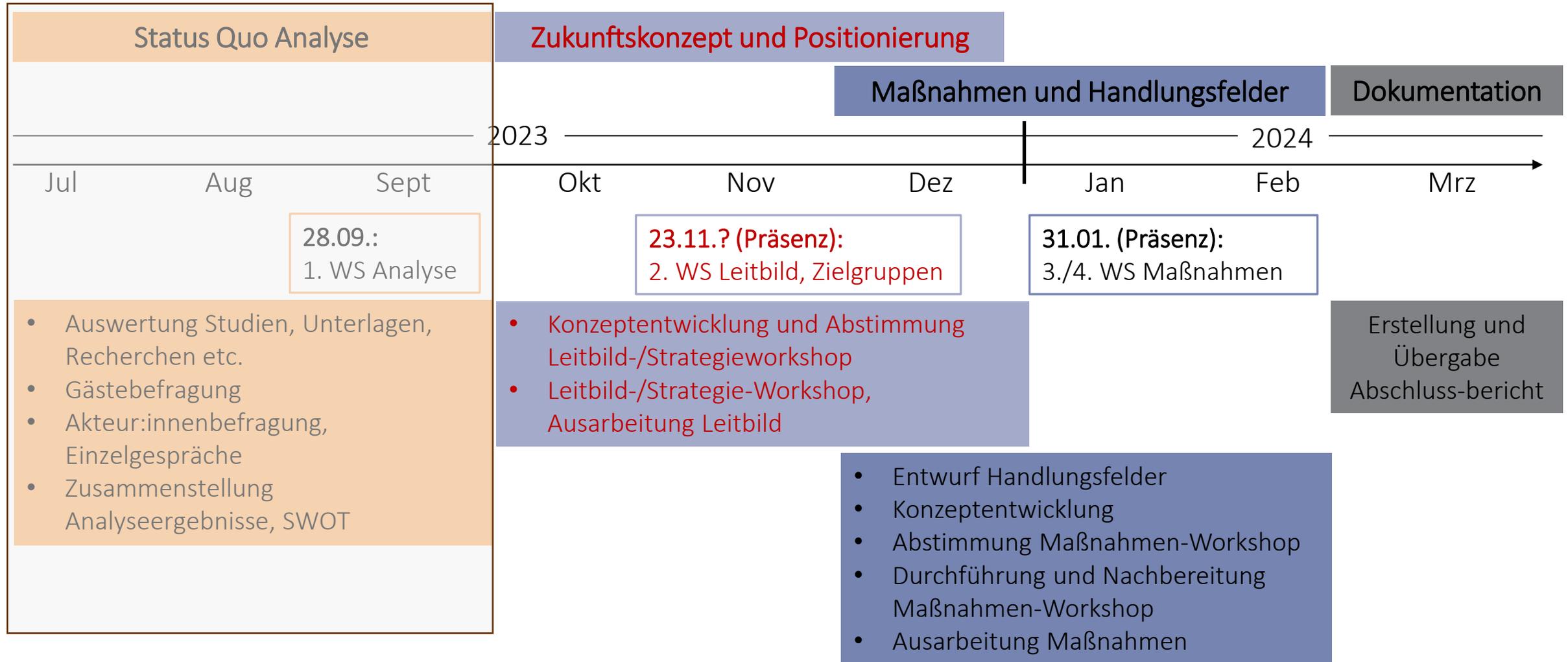
# Ergebnisse der Gruppenarbeit: Welche Rückschlüsse können wir aus der **Angebotssituation** in Angermünde für die künftige Tourismusedwicklung ziehen?



# Ergebnisse der Gruppenarbeit: Wie können wir **aktuelle Trends** im Tourismus in Angermünde berücksichtigen (gelb)? Was bedeutet **Resilienz** im Tourismus für Angermünde (blau), Lösungen (grün)?



# Nächste Schritte



**Prozessbegleitend:** Projektmanagement (z.B. Jour Fixe, Steuerungsrunden, Workshops, Berichterstattung etc.)

Vielen Dank für  
Ihre Teilnahme!

Kontakt:

Anette Seidel, [seidel@mascontour.info](mailto:seidel@mascontour.info)

Matthias Beyer, [beyer@mascontour.info](mailto:beyer@mascontour.info)

