

Uckermark Tourismus // Architektur

Anlage 2 (TOP 10) der Niederschrift des Kreisausschusses am 07.03.2017



Inhalt

- **Struktur & Zahlen**
- **Aufgabe(n)**
- **Ziele**
- **Strategie**
- **Handlungsfelder**



Landkreis Uckermark

kreiseigene Tourismus- Marketing- und Destinationsmanagementgesellschaft
tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH

Tourismusvereine

hauptamtliche, geprüfte I-Marke-Touristinformationen (DTV)

Tourismusverein Angermünde e.V.	Tourismusverein Prenzlau e.V.	Tourismusverein Schwedt e.V.	Tourismusverein Templin e.V.	Tourismusverein Lychen e.V.
------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

Infopunkte

ehrenamtlich bzw. mit Zuschuss der Kommune

Tourismusverein Uckerseen e.V.	Tourismusverein Region Gerswalde e.V.	Tourismusverein Boitzenburger Land e.V.	Tourismusverein Fürstenwerder e.V.	Tourismusverein Brüssow e.V.
-----------------------------------	--	--	---------------------------------------	---------------------------------

touristische Anbieter und Partner

Beherbergung	Freizeit	Gastronomie	Produzenten	Nationalen Naturlandschaften
--------------	----------	-------------	-------------	------------------------------



Betrauung zunächst für 5 Jahre ab 1.1.2017

Finanzierung an EU-beihilferechtliche Vorgaben

Landkreis Uckermark

350.000,00 EUR

jährlicher Zuschuss max. in Höhe der ausgleichsfähigen
Nettokosten zur Erbringung von Dawl-Leistungen

tmu GmbH

beratendes Gremium

**touristischer
Nachhaltigkeitsbeirat**

Mitglied

**Tourismusverband
Uckermark e.V.**

beratendes Gremium

Beirat



Kennzahlen

zum Wirtschaftsfaktor Tourismus



2016...

Ausgewählte Kennziffern der Beherbergungsstatistik

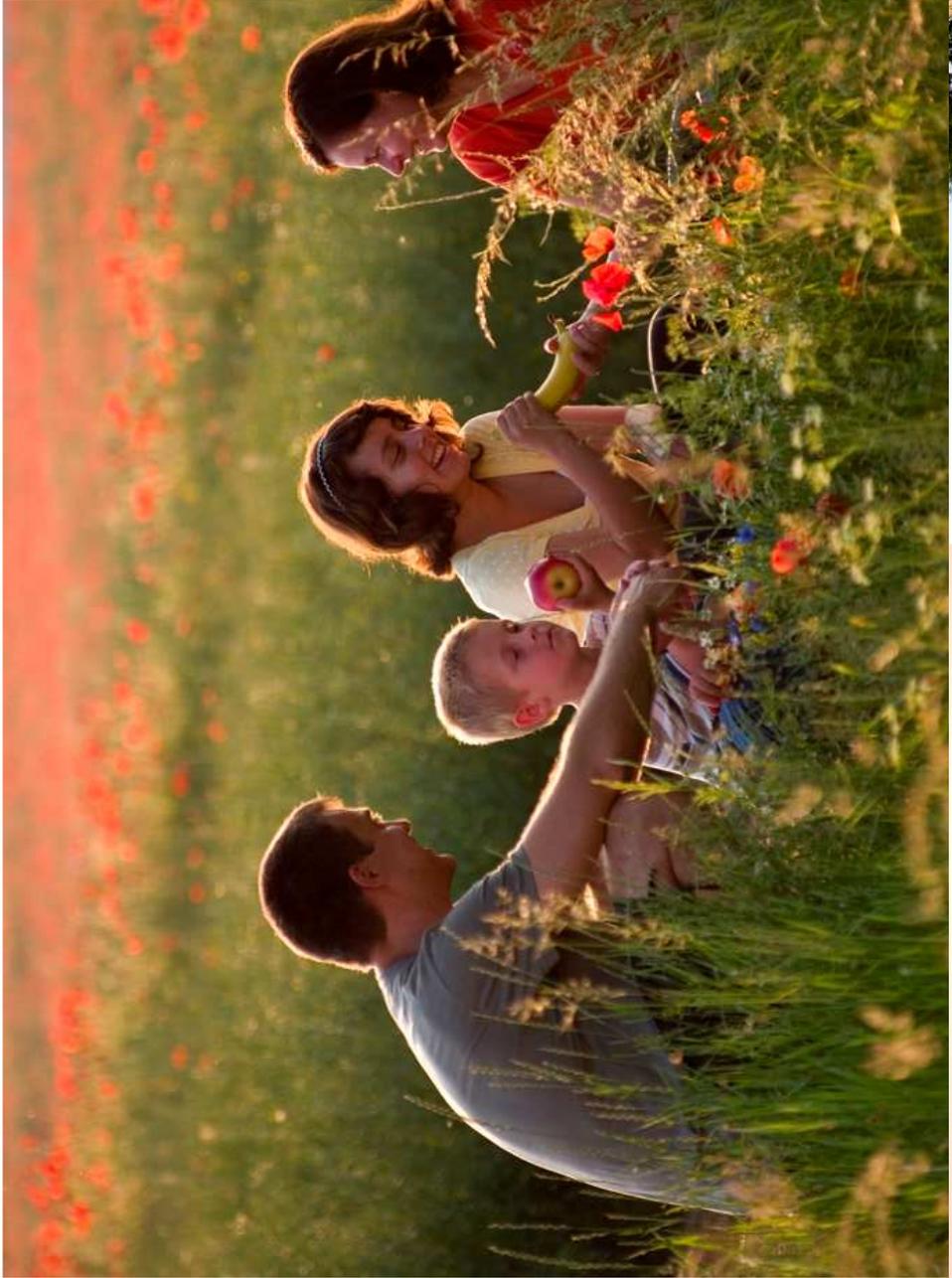
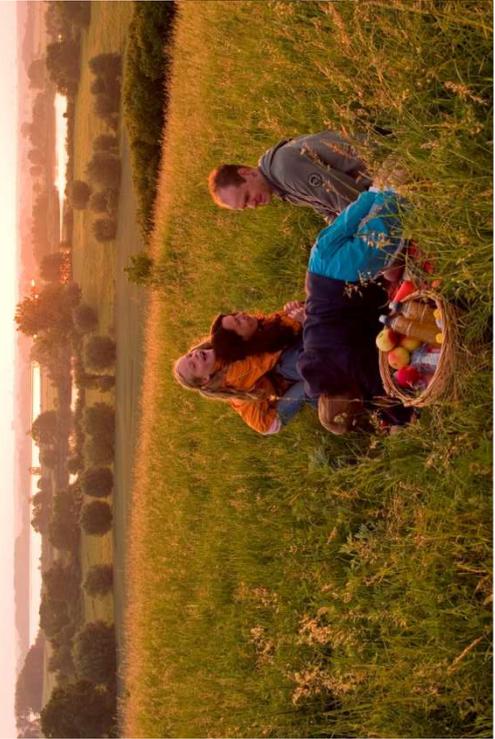
(01.01.2016-31.12.2016)

gewerblich (> 10 Betten, ohne Camping)

geöffnete Betriebe	102
Bettenangebot	5 385
Gäste	316 467
Übernachtungen	952 373
Ø Aufenthaltsdauer, Tage	3,0 (BB 2,7 Tage)

>> Die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ist seit 2009 **um 19,8 % gestiegen.**





Aufgabe

Förderung der touristischen Entwicklung:

- Interessenvertretung
- Koordinationsfunktion Region - Land
- Marketing-/Projektentwicklung
- Positionierung
- Umsetzung der Landestourismuskonzeption (LTK)

= Destinationsmanagement



Interessenvertretung

gegenüber:

- der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH als Landesmarketing-Gesellschaft
- dem Landestourismusverband Brandenburg (LTV)
- dem Bundesverband (DZT)
- in diversen Fachausschüssen & Netzwerken:
 - Fachausschuss Mobilität des DTV Deutscher Tourismusverband
 - Landesfachbeirat für Kur- und Erholungsorte LFB
 - Netzwerk „Aktiv in der Natur“
 - Netzwerk „Wellnesstourismus“
 - ...



Koordinierungsfunktion

gegenüber:

- der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH als Landesmarketing-Gesellschaft
 - Tourismus Marke Brandenburg mitgestalten
- mit und zwischen den lokalen Tourismusvereinen
- den benachbarten Reiseregionen
- Pflege und Ausbau des Informationsnetzwerkes zwischen Tourismuswirtschaft, privaten und öffentlichen Unternehmen bzw. Institutionen



Marketing-/Projektentwicklung

- Identifizierung und Entwicklung von bestehenden und neuen Produkten/ Angeboten zu „Leit-Produkten“
- Unterstützung und Bündelung von bestehenden Angeboten und Initiierung von neuen touristischen Produkten und Initiativen
- Bearbeitung und Umsetzung der Projekte, Aufarbeitung für Marketing und Vertrieb



Positionierung

- Vermarktung als naturtouristische, nachhaltige Reiseregion
- Zusammenarbeit mit anderen Branchen und Forschung und Wissenschaft sorgt für Innovationen im Uckermark-Tourismus
- Marktforschung, Benchmark
- Positionierungsrouten Regionalmarke Uckermark



2008: Regionalmarke Uckermark - Finale Positionierungsrouten Tourismus

Positionierungsrouten „Aktivität und Entspannung in der Natur“

Kundenwunsch

In meinem Urlaub möchte ich fern vom Alltag in der Natur entspannen und aktiv sein. Dabei möchte ich Dinge sehen und erleben, die ich zu Hause nicht sehen und erleben kann.

Leistungsversprechen

Die Uckermark bietet durch ihre landschaftliche Vielfalt und touristischen Angebote außergewöhnlich schöne und vielfältige Möglichkeiten, Natur zu erleben und in der Natur aktiv zu sein.

Fokus:

Aktivität, Erlebnis, Entspannung in der Natur

Kundennutzen:

Abwechslung, neue Kräfte schöpfen, einmalige Naturschauspiele erleben

Kategorie:

Urlaubsregionen

Rationale Gründe

- Drei erlebbare Nationale Naturlandschaften, die viele seltenen Tier- und Pflanzenarten beheimaten (60% Fläche UM)
- Abwechslungsreichtum der Landschaft – besonders die eiszeitlich geprägte Landschaft, Wälder und Wasser – ermöglicht Vielzahl Aktivitäten: Wandern, Radfahren, Baden, Angeln, Kanu, Floßfahrten, Reiten...
- positiver Effekt für die Gesundheit
- herausragende Ausflugsziele (z.B. Blumberger Mühle, Draisinenfahrten, El Dorado-Freizeitpark, Eisenbahnmuseum, Naturtherme Templin, Nationalparkhaus,...)

Markenpersönlichkeit

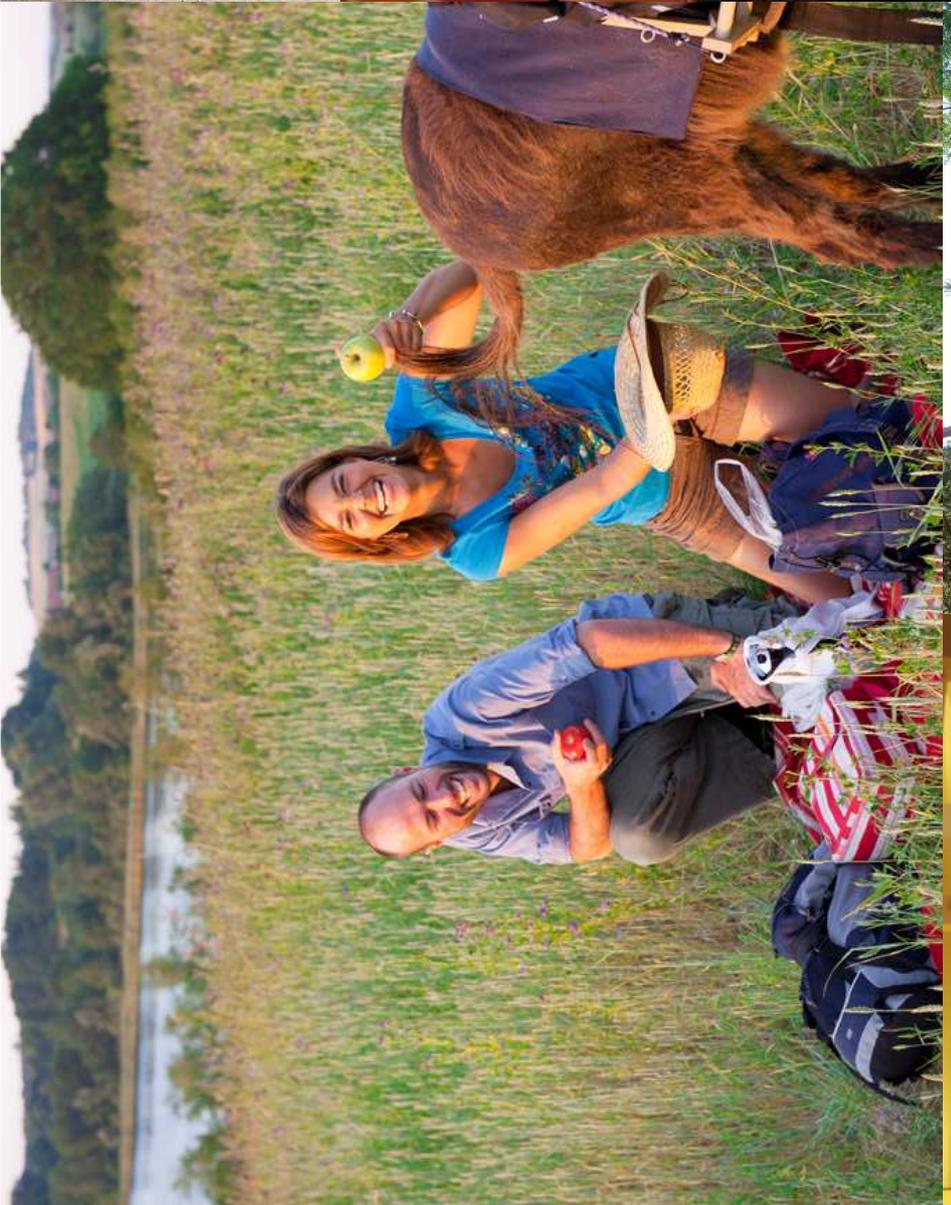
ursprünglich, rau, natürlich, überraschend, beeindruckend, ruhig, vielseitig



Umsetzung der LTK

- Ableitung der Uckermark-Tourismus-Strategie
 - „Bestandsanalyse“ mit touristischen Partnern
- **gemeinsame Erarbeitung der strategischen Ziele und Handlungsfelder**





Qualität

- Initiativen
- Gastgeber
- Wege

→ Orientierung an bestehenden,
(bundesweit) einheitlichen Systemen



ServiceQualität
DEUTSCHLAND



Digitalisierung

Strategie!

Facebook
Instagram
Youtube



Online-Buchung

Teilnahme/Pflege und
aktive Einbindung des
**landesweiten Daten
Management Systems
(DAMAS)** und
Eventdatenbank

**responsive
Internetseite**
automatische
Anpassung an
mobile
Endgeräte

Pflege und **Entwicklung** der touristischen Hauptseite
www.tourismus-uckermark.de inklusive der
angeschlossenen **Unterregionsseiten:**
Angermünde, Prenzlau, Schwedt und Lychen

Newsletter
intern + extern



Nachhaltigkeit

- als Querschnittsthema!
- Ausbau der Nachhaltigkeits-Positionierung durch systematische Weiterentwicklung der Angebote sowie der dazu im Kontext stehenden Dienstleistungen
- Aufbau des Netzwerkes „Ferien fürs Klima“
- Vorsprung aus Sieg im Bundeswettbewerb halten und weiter ausbauen



Urlaubsarchitektur

- gute Basis aus hochwertigen Unterkünften im Sternenniveau aber auch einfache Herbergen
- aktueller Trend: Ambiente und Design

→ ehemaligen Gutsanlagen aber auch hochmoderne Architektenhäuser in Verbindung mit der einzigartigen Naturlandschaft prägen das aktuelle Bild der Region





Fazit

**Destinationsmanagement braucht einen gemeinsam
abgestimmten Weg, klare Strukturen und erlebbare
Angebote!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH

Anet Hoppe

Stettiner Straße 19

17291 Prenzlau

info@tourismus-uckermark.de

www.tourismus.uckermark.de

