

# **Uckermark**

## **Tourismus**

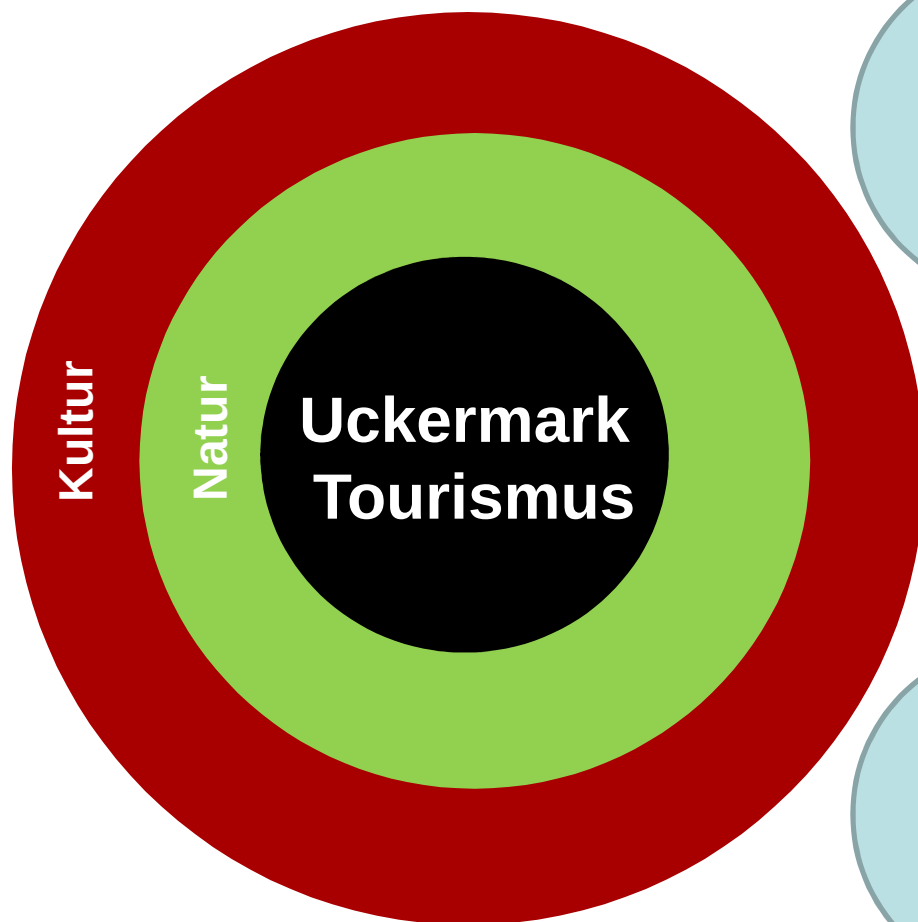
### // Themen & Projekte



# Inhalt

- Natur, Kunst & Kultur
- Nachhaltige Reiseregion
- DMO der Zukunft
- (digitale) Services für die Gäste & Partner
- Produkte & Qualität





Produkte

Qualität

Services

Nachhaltige Reiseregion



# Rückblick

Etablierung der touristischen Strukturen

- Ansprechpartner in den Regionen (lokal)
- Kristallisation von lokalen Arbeitsschwerpunkten
- tmu ist zentraler Ansprechpartner für den Uckermark-Tourismus



# Landkreis Uckermark

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

## Tourismusvereine

hauptamtliche, geprüfte I-Marke-Touristinformationen (DTV)

|                                    |                                  |                                         |                                 |                                |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| Tourismusverein<br>Angermünde e.V. | Tourismusverein<br>Prenzlau e.V. | Tourismusverein<br>Unteres Odertal e.V. | Tourismusverein<br>Templin e.V. | Tourismusverein<br>Lychen e.V. |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|

## Infopunkte

ehrenamtlich bzw. mit Zuschuss der Kommune

|                                   |                                          |                                            |                                       |                                 |
|-----------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Tourismusverein<br>Uckerseen e.V. | Tourismusverein<br>Region Gerswalde e.V. | Tourismusverein<br>Boitzenburger Land e.V. | Tourismusverein<br>Fürstenwerder e.V. | Tourismusverein<br>Brüssow e.V. |
|-----------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|

## touristische Anbieter und Partner

|                         |          |               |             |                              |
|-------------------------|----------|---------------|-------------|------------------------------|
| Beherbergung            | Freizeit | Gastronomie   | Produzenten | Nationalen Naturlandschaften |
| Mobilitätsdienstleister |          | Regionalmarke |             | kulturelle Institutionen     |



## Betrauung für 5 Jahre ab 2017-2021

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



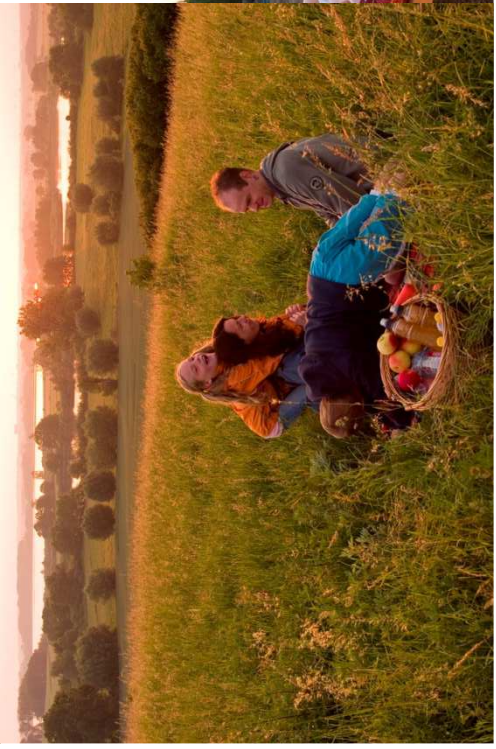
# Rückblick

Fokussierung auf touristische Kernthemen

- Vermarktung von Natur- und Aktivtourismus und deren Angebote
- auf Basis der Nationalen Naturlandschaften









# Unser Weg...

## Fokussierung

- Besonderheiten noch mehr ausarbeiten

## Marktforschung & Benchmark

- systematische Datengrundlagen,  
Vergleich und Analyse

## Kommunikation



# Natur

Naturtourismus ist klares Alleinstellungsmerkmal:

- gleich 3 Nationale Naturlandschaften
- Optimierung von Infrastruktur (Wege und Wegeführung)
- Zusammenarbeit Naturlandschaften – Tourismus
- Wasserlandschaft



# Kunst & Kultur

als zu entwickelndes und ergänzendes Thema:

- Kunst- und Kulturlandschaft Uckermark
- Institutionen und Veranstaltungen von überregionaler Bedeutung
- Urlaubsarchitektur, Baukultur



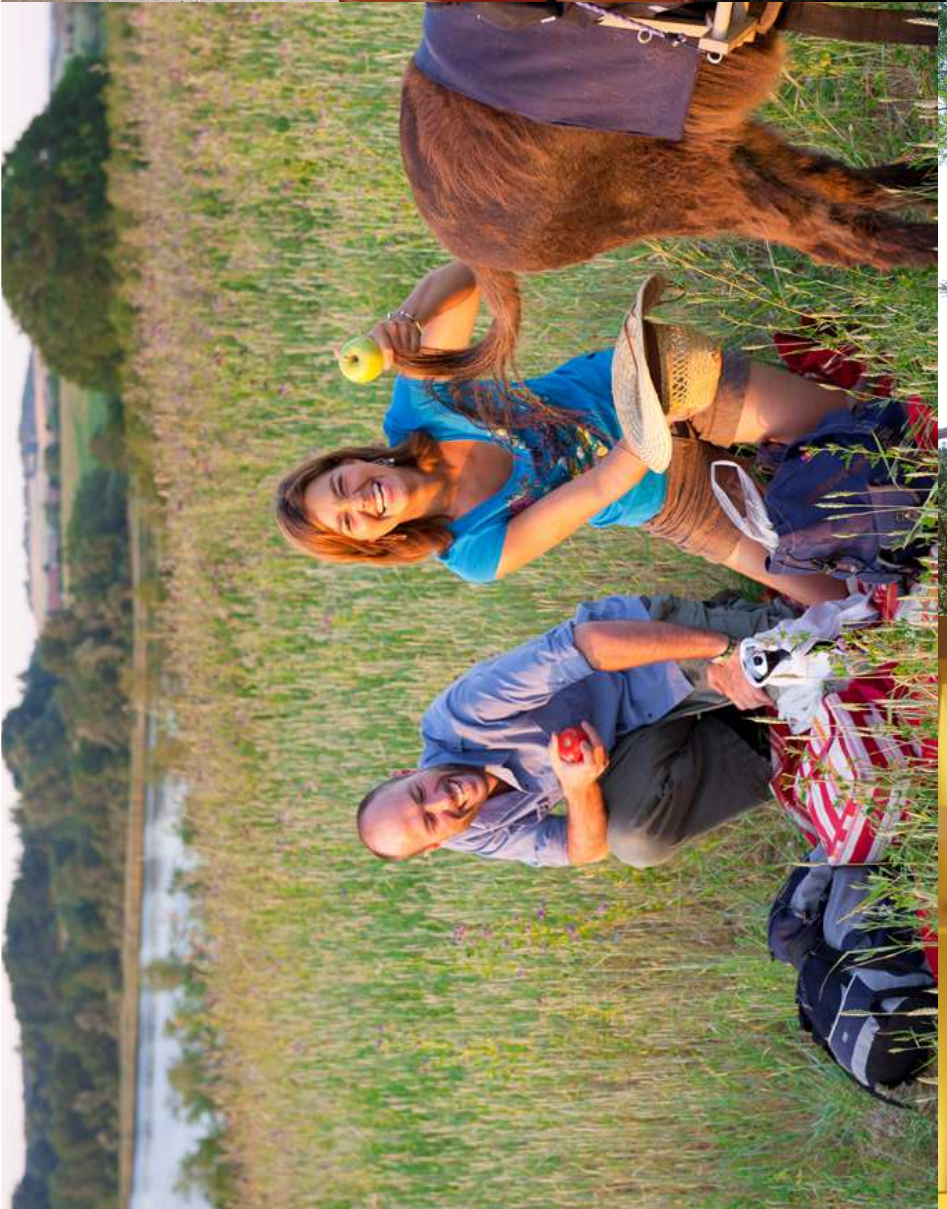
# Nachhaltige Reiseregion

„nachhaltige Tourismusentwicklung im Praxistest“

- Nachhaltigkeit als Querschnittsthema in all seinen Ausprägungen: sozial, ökologisch, ökonomisch
- touristisches Nachhaltigkeits-Leitbild
- Netzwerk „Ferien fürs Klima“
- Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“









# DMO der Zukunft

DMO nicht mehr (nur) Vermarkter. Sie ist Mentor!

- Erfragen
- Suchen
- Identifizieren
- Evaluieren
- Schaffen
- bieten



# 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





# 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



# Umsetzung der LTK

- Ableitung der Uckermark-Tourismus-Strategie
- „Bestandsanalyse“ mit touristischen Partnern

**→ gemeinsame Erarbeitung und Umsetzung der strategischen Ziele und Handlungsfelder**









# (digitale) Services für Gäste & Partner

## Strategie!

Facebook  
Instagram  
Youtube  
twitter



## 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](http://www.tourismus-uckermark.de) inklusive der  
angeschlossenen **Unterregionsseiten:**  
Angermünde, Prenzlau, Schwedt und Lychen

## Newsletter

intern + extern



# Produkte & Qualität





# 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



# Qualität

- Initiativen
- Gastgeber
- Wege

→ Orientierung an bestehenden,  
(bundesweit) einheitlichen Systemen



# Kennzahlen

zum Wirtschaftsfaktor Tourismus



**2017...**

## Ausgewählte Kennziffern der Beherbergungsstatistik

(01.01.2017-31.12.2017)

gewerblich (> 10 Betten, ohne Camping)

|                          |                   |
|--------------------------|-------------------|
| geöffnete Betriebe       | 110               |
| Bettenangebot            | 5 533             |
| Gäste                    | 328 173           |
| Übernachtungen           | 983 623           |
| Ø Aufenthaltsdauer, Tage | 3,0 (BB 2,7 Tage) |

>> Die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ist seit 2009 **um 23,7 % gestiegen**.





# 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](mailto:info@tourismus-uckermark.de)

[www.tourismus.uckermark.de](http://www.tourismus.uckermark.de)

