

ANGERMÜNDE



STAATLICH ANERKANNTER ERHOLUNGSSORT

Angermünde – Teilregion der Uckermark



Tourismusverein Angermünde e.V.

- 83 Mitglieder
- 25 Jahre tätig
- Umsetzen Erholungsortentwicklungskonzeption

Aufgaben :

- **Betreiben Touristinformation**
- **Produktenwicklung**
- **Öffentlichkeitsarbeit**
- **Vertrieb**



Stärken & Schwächen

STÄRKEN

- gutes Konzept
- sehr gute Zusammenarbeit mit Stadtverwaltung
- fachliche Begleitung mascontour GmbH
- djd – Pressearbeit
- Servicequalität TI
- ausgebildete Tourismusmitarbeiter
- Produktentwicklung

SCHWÄCHEN

- Online-Marketing
- Weiterbildung Unternehmen
- Konzept Publikationen
- Ausstattung TI
- Souvenir
- Onlinebuchbarkeit
- Preisgefüge Dienstleister

Kooperationspartner

Kooperationspartner:

- Tourismus Marketing Uckermark GmbH
- Tourismusvereine
- Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin
- Nationalpark Unteres Odertal
- TMB GmbH

Wirtschaftsfaktor Tourismus

➤ Tourismus in Angermünde bedeutet pro Jahr

- rund 103.400 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben
- ca. 26.800 Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben
- rund 730 Übernachtungen durch Reisemobilisten
- rund 151.000 private Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten
- rund 609.000 Tagesausflüge
- 29,56 Mio. € Bruttoumsatz
- schafft rund 594 rechnerische Vollzeitarbeitsplatzäquivalente, was mind. 890 Arbeitsplätzen entspricht
- spült rund 650.000 Euro pro Jahr in den kommunalen Haushalt
- ist eine Wachstumsbranche, deren Arbeitsplätze nicht ins Ausland verlegt werden können
- wirkt positiv auf andere Branchen

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der angegebenen Quellen

Weg zum Erholungsort

- erste Gedanken / Vorbereitung 2004
- Einbeziehung Fachbeirat - Bereisung
- Beschluss SVV Angermünde – Stadt soll Antrag stellen
- Erarbeitung Erholungsortentwicklungskonzeption
- Erarbeitung Antrag
- 2010 Angermünde – Erholungsort
- 2015 Fortschreibung Erholungsortkonzeption – mascontour GmbH

WARUM ERHOLUNGORT:

- **Festsetzung der Entwicklung der Stadt zum Tourismusstandort**
- **Budget für Marketing**

Künftige Leitlinie Tourismus: Themen

Nachhaltigkeit (Leitthema)



Es geht um eine tragfähige Balance beim nachhaltigen Tourismus !



Zielgruppen „LOHAS“ Lifestyle of Health and Sustainability



LOHAS – Lifestyle of Health and Sustainability

individuell, aber nicht
elitär

erlebnisorientiert

hohe
Mobilitätsansprüche

technik- und internetaffin

modern, aber
werteorientiert

genussorientiert

hohe Umwelt- und
Sozialverantwortung

konsumfreudig, aber
keine Schnäpchen-
mentalität

offen für Innovationen

Sehr reiseerfahren

gesundheitsorientiert
(work-life-balance)

hohe Qualitäts-
ansprüche, aber kein
Hang zum Luxus

natur- und outdoor-
orientiert

erwarten Authentizität
und Natürlichkeit

bevorzugen regionale
(Bio-)Produkte

LOHAS

Gesundheits- und Nachhaltigkeitsorientiert

Best Ager

- über 50 Jahre
- anwachsend
- sind umweltorientiert
- Ausgabefreudig

Familien mit Kindern

- aktivitätsorientiert
- Kinderfreundlichkeit

DINKS

- kinderlose Paare
(oft jüngere, sportliche)
- Karriere im Vordergrund
- hohes Einkommen

sonstige Gruppen

- als eigenes Segment

Natur & nachhaltige Erlebnisregion

➤ Nachhaltigkeit in der touristischen Praxis

Vortrag mascontour, Herr Beyer



➤ Workshop Produktentwicklung Naturtourismus

- 2 Workshops Mai/ Juni
- 18 Teilnehmer
- 13 zielgruppenspezifische, vernetzte Angebote
- Fokus Nachhaltigkeit & Natur

Natur & nachhaltige Erlebnisregion

- offen Vorstandssitzungen
- Stammtische
- Workshops
- kurze mails an Mitglieder & Partner



ERGEBNISSE



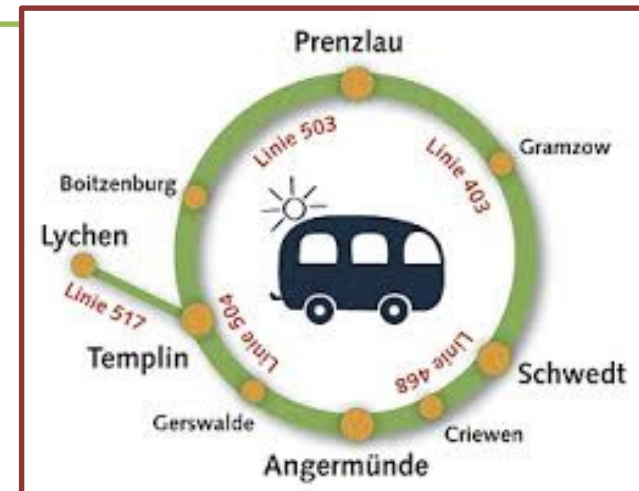
Radtouren

- E-Bike – Sonne auf Rädern & Ladestationen
- Radtouren vernetzt mit Ausflugszielen
- erste Einbindung regionale Produzenten
- Klimafreundliche Transfer
- Uckermark-Shuttle
- BiberBus



Einbindung öffentlicher Personenverkehr im Tourismus

- **UckermarkShuttle**
- **BiberBus**
- **RufBus**
- **KombiBus**



BiberBus

- Buslinie von April bis Oktober
- Anbindung RE3 fast stündlich
- 9 Ausflugsziele – viele Freizeitmöglichkeiten



Vital

- zertifizierte Gesundheitswanderführer
- Vitalwanderungen
- Wellness



Genuss-Wandern



14 Produzenten regionaler Produkte an
Wander- und Radwegen

Genuss-Wandern

Weltnaturerbe Buchenwald Grumsin & Grumsiner Brennerei

- Wanderung mit zertifizierter Landschaftsführer
- Uckermärkische Brotzeit - Gut Kerkow
- Führung & Verkostung Brennerei
- RE 3 & BiberBus
- jeden 1. und 3. Sonnabend



Genuss-Wandern

- Produzenten regionaler Produkte einbinden in touristisches Angebot
- Touristisches Angebot entwickeln:
 - Event „Angermünder Gänsemarkt“
 - Wanderungen
 - Führungen
- regionale Produkte in der Gastronomie einsetzen





Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Kontakt

Tourismusverein Angermünde e.V.

Johanna Henschel

Tel.: 03331/ 29 76 60

info@angermuende-tourismus.de

