

# Neue Formen von Arbeit & Freizeit: Chancen für den Tourismus in der Stadt und auf dem Land

Daniel Sebastian Menzel | Digitale Fachkonferenz ÖTE  
„Stadt und Land“ | 03. Mai 2022

# Wandel der Arbeits- & Freizeitwelt

- Naturnahe Erlebnisse gewinnen an Bedeutung: ländliche Regionen profitieren, aber auch Städte rücken Naturerlebnisse in den Fokus
- Wandel der Arbeitswelt: digitales & mobiles Arbeiten ändert das Verhältnis von Arbeit & Freizeit
  - Weniger Pendeln: Entdeckung des Umlands als Freizeit- statt Arbeitsort
  - Weniger Geschäftsreisen: Meetings & Events finden häufiger digital statt, Teilnahmen vor Ort sind dafür intensiver & länger
- Handlungsdruck bei den Städten: Stadt & Land rücken näher zusammen

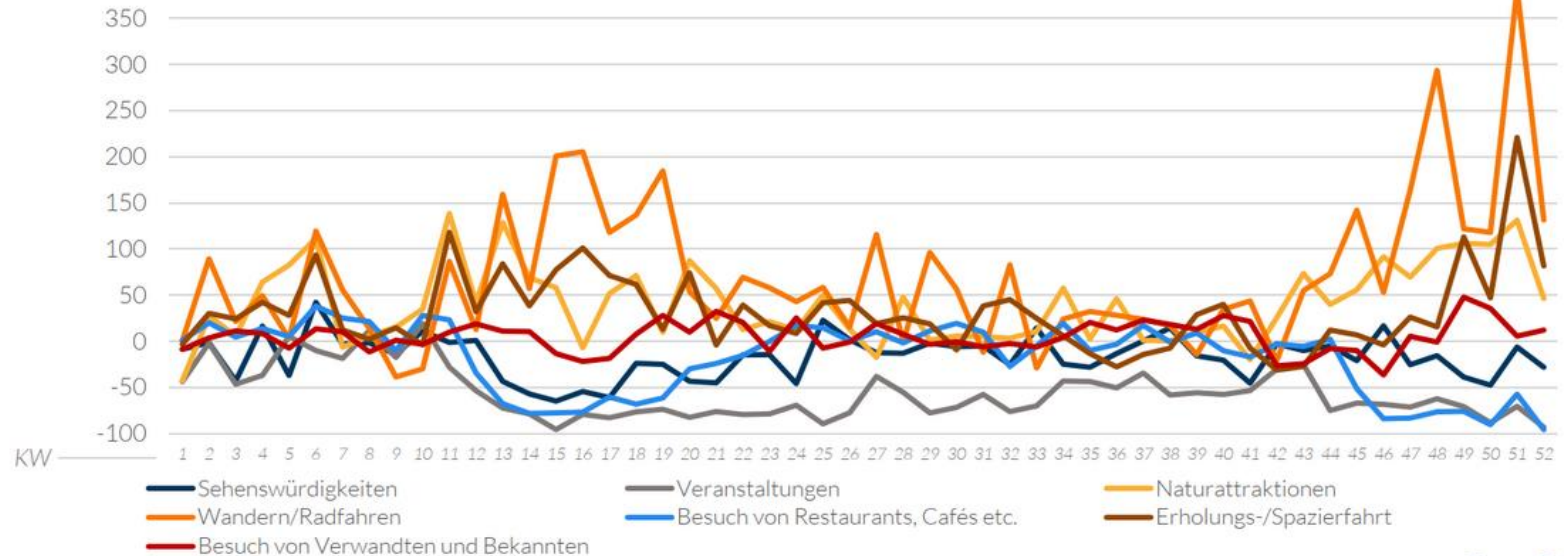
# Hybridität im Tourismus

- Hybride touristische Angebote und neue soziale Orte entstehen:
  - Stadterlebnis wird mit Ausflug in die Natur verknüpft
  - Tagungsort wird ins Grüne verlegt, mit Outdoor-Erlebnis erweitert
  - Geschäftsreise wird mit privatem Aufenthalt verbunden (“Bleisure” = Business + Leisure), bis hin zum Workation-Aufenthalt
  - Hybride Veranstaltungsformate entstehen: digital & analog, dezentral, emotional & kognitiv (Festivalisierung)
  - Ansprache von Urlaubs- & Geschäftsreisenden sowie Einheimischen

# Outdoor-Aktivitäten im Trend – einzige Alternative im Lockdown

## Aktivitäten der Tagesausflügler\*innen nach Kalenderwoche

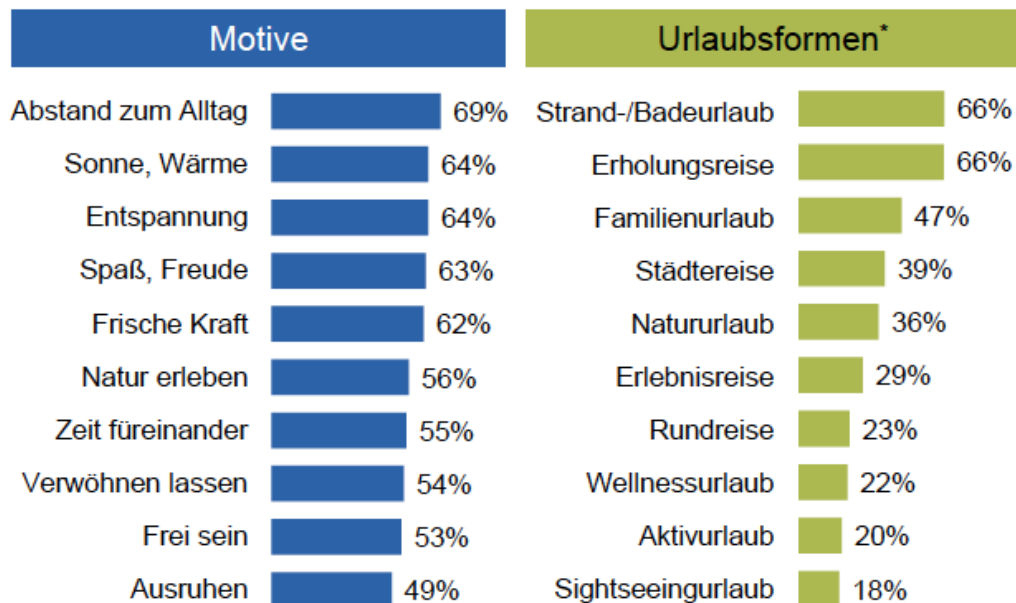
Veränderung der Anteilswerte am Gesamtvolumen 2020 gegenüber einem „Normaljahr“ (in %)



dwif: dwif-Tagesreisemonitor, 2021

## MOTIVE UND INTERESSEN

Die Sehnsüchte und Wünsche bleiben gleich



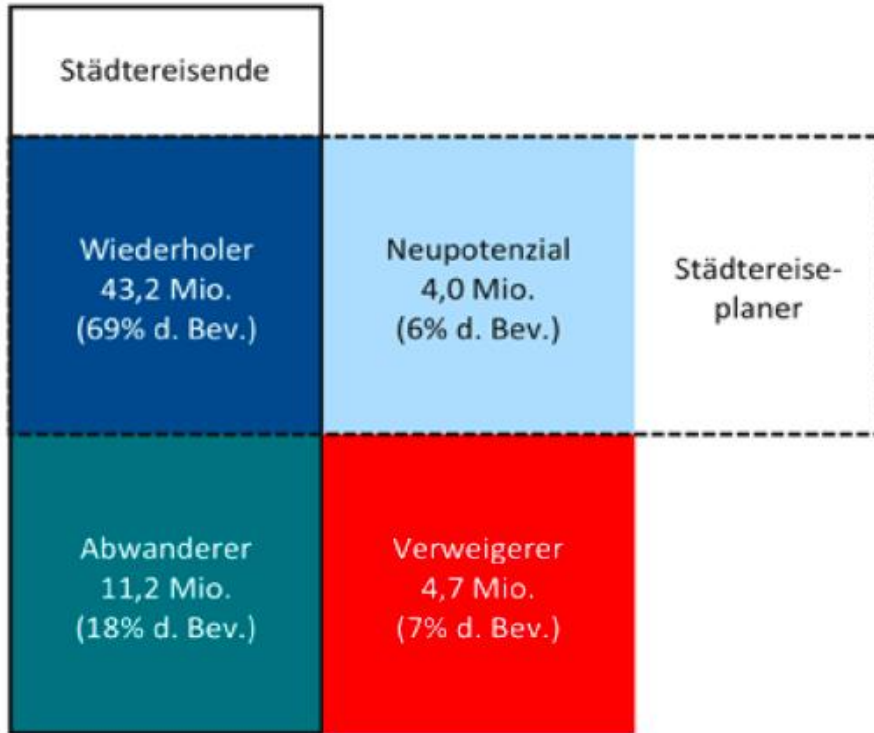
### Urlaubsmotive

Das Jahr 2021 bringt Zuwächse für die allermeisten der 29 abgefragten Urlaubsmotive. Die Zahl der durchschnittlich genannten Motive steigt von 10,4 auf 11,7. Das Ranking der Motive hat sich im Vergleich zu den Vorjahren nicht geändert: Man sehnt sich nach Abstand zum Alltag, Sonne, Entspannung, Spaß, Frischer Kraft, Natur und Zeit miteinander.

### Interesse an Urlaubsformen

Die Ergebnisse zeigen ein steigendes Interesse an den meisten Urlaubsformen. Diese passen zu den geäußerten Motiven: Baden, Erholen, Familienurlaub, Städtereisen und Natururlaub. Auch hier bringt Corona das Ranking ausdrücklich nicht durcheinander.

FUR e.V.: Reiseanalyse 2021 face-to-face



**Abb. 1: Städtereisende und Städtereiseplaner in Deutschland**

Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung; Basis: n = 5.000 Personen

DITF: Städtetourismus in Zeiten von Covid-19: Erste Ergebnisse Deutscher Städtereisemonitor (DEST), 2020

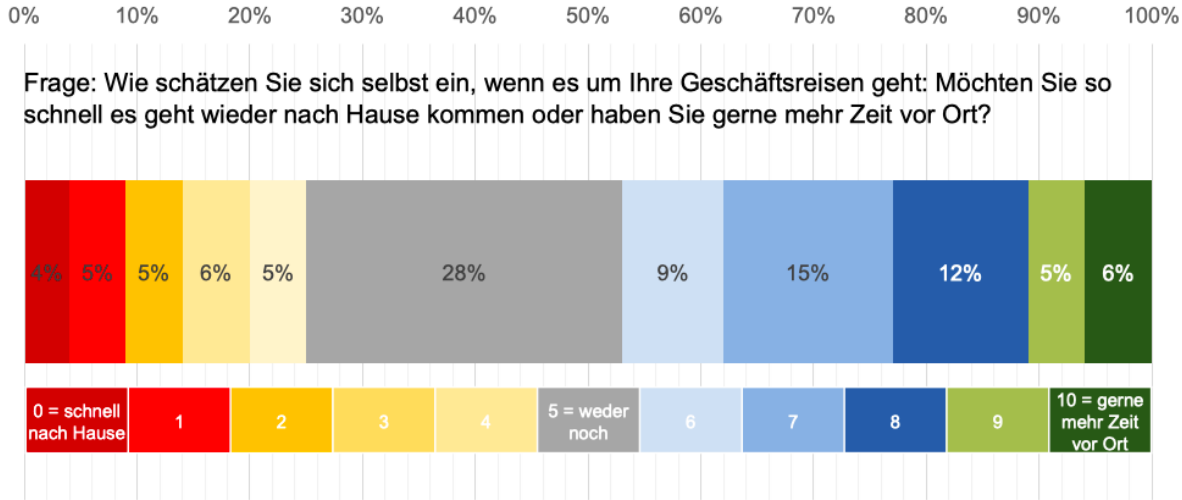
## Making Up for Lost Time with Longer Trips

To make up for lost time, travelers are finally using their full vacation days and taking advantage of more flexible working conditions with “flexcations” – a longer stay mixing work and play. This is resulting in longer trips, as well as a strong increase in vacation rental demand quarter-over-quarter. Travelers are booking more stays of at least 7 nights at Vrbo vacation homes this summer, exceeding pre-pandemic levels.



Expedia Group Media Solutions: Travel Recovery Trend Report, Q1 2021

## Möchte man gern länger vor Ort bleiben, oder so schnell es geht nach Hause?



- Hier haben wir mit einem Schieber von 0 bis 10 abgefragt, ob man so schnell es geht wieder nach Hause kommen möchte oder gerne mehr Zeit vor Ort hat?
- Der Durchschnitt von 5,6 zeigt, dass Übernachtungsgeschäftsreisen eine Tendenz zu mehr Zeit vor Ort haben.
- Wir finden 11% in den Skalengruppen 9 und 10 und 27% in den Gruppen 7 und 8.
- 28%, und damit die größte Gruppe, sagen weder/noch (Skalenswert 5)
- 9% finden sich in den Skalengruppen 0 und 1 und 11% in den Skalengruppen 2 und 3.



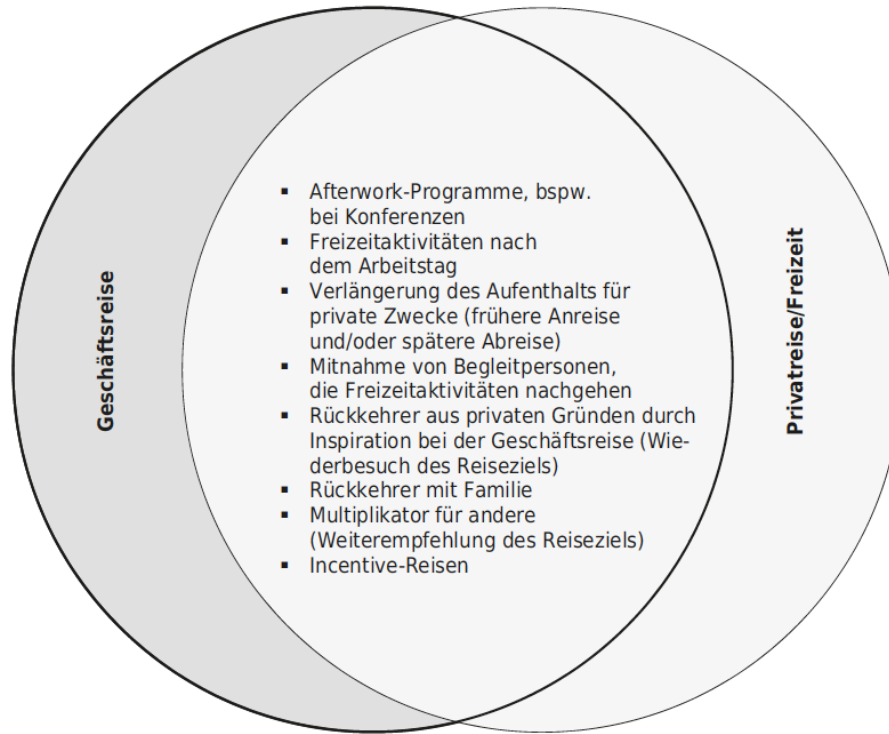


Abb. 87: Schnittmengen zwischen Geschäfts- und Privatreisen/Freizeit<sup>1038</sup>

Von **Bleisure** wird gesprochen, wenn während Geschäftsreisen Geschäftliches mit Privatem verbunden wird. Darunter fallen die Durchführung von privaten Aktivitäten (bspw. Restaurantbesuch, Sportausübung, Clubbesuch, Afterwork-Programme etc.), ebenso wie die Mitnahme von Verwandten/Bekanntem/Freunden in die Destination sowie die Verlängerung von Geschäftsreisen für private Zwecke. Beim privaten Wiederbesuch von Geschäftsreisezielen kann hingegen nicht von Bleisure gesprochen werden. Es handelt sich hierbei um eine private Reisetätigkeit, die durch Erfahrungen vor Ort, die bei Geschäftsreisen erworben wurden, induziert wird. Gleiches gilt für private Reisen, die durch die Weiterempfehlung des geschäftlichen Reiseziels an Freunde, Verwandte und Bekannte ausgelöst werden. In beiden Fällen dient die Geschäftsreise als Inspiration bspw. für eine Urlaubsreise (für sich selbst oder für andere), sodass von **geschäftlich induziertem Privattourismus** gesprochen werden kann. Incentive-Reisen stellen einen Sonderfall dar: Die Motivationsreisen für einen geleisteten beruflichen Erfolg sind zwar ebenfalls geschäftlich induziert und besitzen einen privaten Charakter, da aber eine Kostenübernahme durch den Arbeitgeber erfolgt, sind sie dem Geschäftstourismus zuzuordnen.

Bernd Eisenstein, Julian Reif, Dirk Schmücker, Manon Krüger, Rebekka Weis: Geschäftsreisen. Merkmale, Anlässe, Effekte, 2019

# Chancen nutzen

Best Practice & Auszüge DTV-Checkliste



1728 himmelblaue **Sonnenstunden** im Jahr



der Fläming

147 Kilometer **Burgenwanderweg**

Nest einer **Großtrappe**

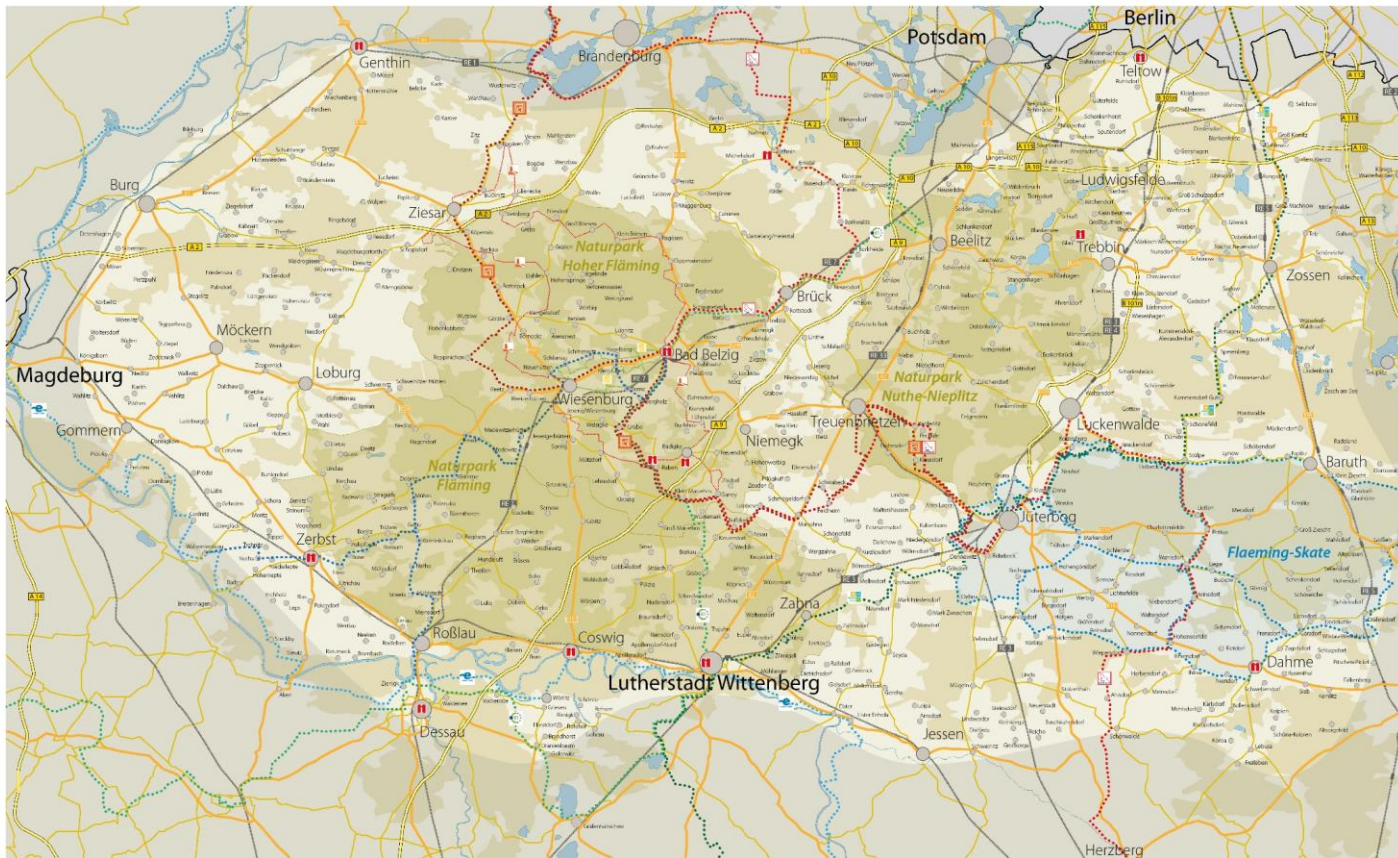
**Sommerkonzerte**  
auf Schloss Wiepersdorf

**Offene Höfe** mit freiem Verkauf

Hier gibt's noch  
hausgemachtes  
**Softeis**

**2 glückliche Großstädter** beim Picknick

**WORKATION „FLÄMINGER ART“**



2 Bundesländer +++ 5 Landkreise +++ 8.400 km<sup>2</sup>  
13,1 Mio. Tagesgäste +++ 2,1 Mio. Übernachtungen



der Fläminger

# URSPRUNGSIDEE: FRISCHLUFTKUR FÜR NEUSTART MICE-GESCHÄFT



Daniel Sebastian Menzel

Geschäftsführer bei Tourismusverband Fläming e. V.  
1 Jahr

In unserem Kreativnetzwerk **#FlämingerSchmiede** bereiten wir momentan mit dem **schloss blankensee** und dem **Paulinen Hof Seminarhotel** ein **#Neustartprojekt** für die **#MICE**-Branche in unserer Reiseregion **#Fläming** vor.  
Natürlich geht es hier ganz stark um regionale Vernetzung und/oder außergewöhnliche Kooperationen zwischen Akteuren aus den Bereichen Regionalität, Natur- & Aktivtourismus. Also spannende (analoge) Austausch- und Wissenstransfermöglichkeiten Draußen an der frischen Luft im Fläminger Grünen. Denn der Wunsch nach persönlichem Kontakt wird nach dem Lockdown-Ende groß sein.  
Dafür suchen wir jetzt kreative Ideen. Der entsprechende Aufruf ist gerade gestartet und wir sind total gespannt, was sich daraus entwickeln wird 🌱🌱🌱



Touristiker suchen Ideen für Neustart der Veranstaltungsbranche  
maz-online.de

🌱 22 · 3 Kommentare



IHK Potsdam

11. Februar um 14:08

Im **#Lockdown** und **#Flockdown** an den Sommer denken. **#Corona** macht es schwer Tagungen oder Seminare in kleinen Gruppen zu planen, deshalb liegt die Lösung vielleicht draußen? Die **#Touristik**-Branche in Brandenburg sucht zurzeit nach Ideen für das Gruppen- und Veranstaltungsgeschäft **#regional** in der **#natur** mit **#Abstand** **#MICE**. **#2021** kreativ werden. Ihre Ideen für den Sommer sammeln und noch bis zum 15. Februar beim Kreativnetzwerk FlämingerSchmiede einreichen. Lesen Sie mehr über das Projekt: <https://kurzelinks.de/N787> Kontakt bei der **#IHK** **#Potsdam**: Uwe Seibt, 0331 2786 284, [uwe.seibt@ihk-potsdam.de](mailto:uwe.seibt@ihk-potsdam.de)



Du, Daniel Sebastian Menzel und 2 weitere Personen

👍 Gefällt mir    💬 Kommentieren



Natürlich Brandenburg - pro agro  
24. Januar um 10:00

Dem Imker über die Schulter schauen 🐝 gemeinsam Öl pressen oder eine Kräuterwanderung 🌿🍷🍷 Das Kreativnetzwerk FlämingerSchmiede sucht originelle Outdoor-Angebote für Gruppen im schönen Fläming. So sollen Gäste von Tagungen, Seminaren und Events auch abseits der Tagungshotels spannende und typische Aspekte der Region kennenlernen.  
👉 Neugierige und Netzwerker aller Branchen können ihre Angebote bis zum 15. Februar an das Netzwerkmanagement der FlämingerSchmiede senden. <https://...> Mehr ansehen

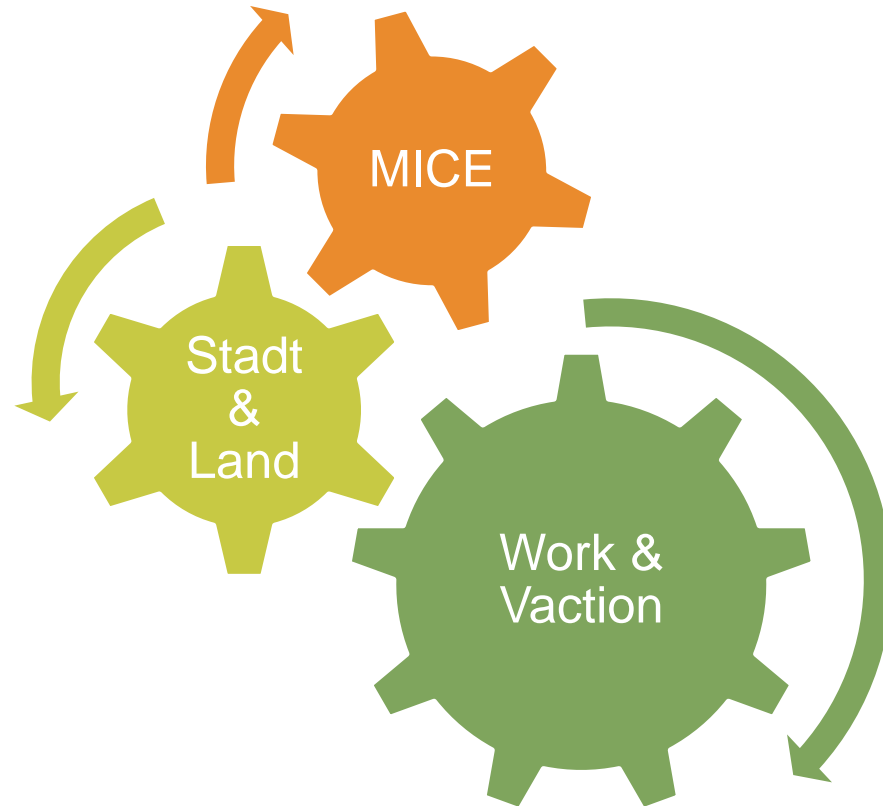


👍 18

1 Kommentar · 2 Mal geteilt

# Entwicklung neuer (Event-)Formate

- ✓ Neue Wertschätzung des realen Treffens & persönlicher Kontakte
- ✓ Mehrwert für Vor-Ort-Teilnahme schaffen ("Fear of missing out"-Moment)
- ✓ Veranstaltung dezentral durchführen: neue, auch kleinere Veranstaltungsorte mit gewissem Etwas einbeziehen
- ✓ Mikro-Events entwickeln
- ✓ Festivalisierung von Events: Emotionen & Kognition vermischen



# ALLER GUTEN DINGE SIND 5



der Fläming

1. Vernetzung der Akteure

2. Regionale Wertschöpfung fördern

3. Impulse zur vor Ort-Freizeitgestaltung schaffen

4. Etablierung als MICE-Destination

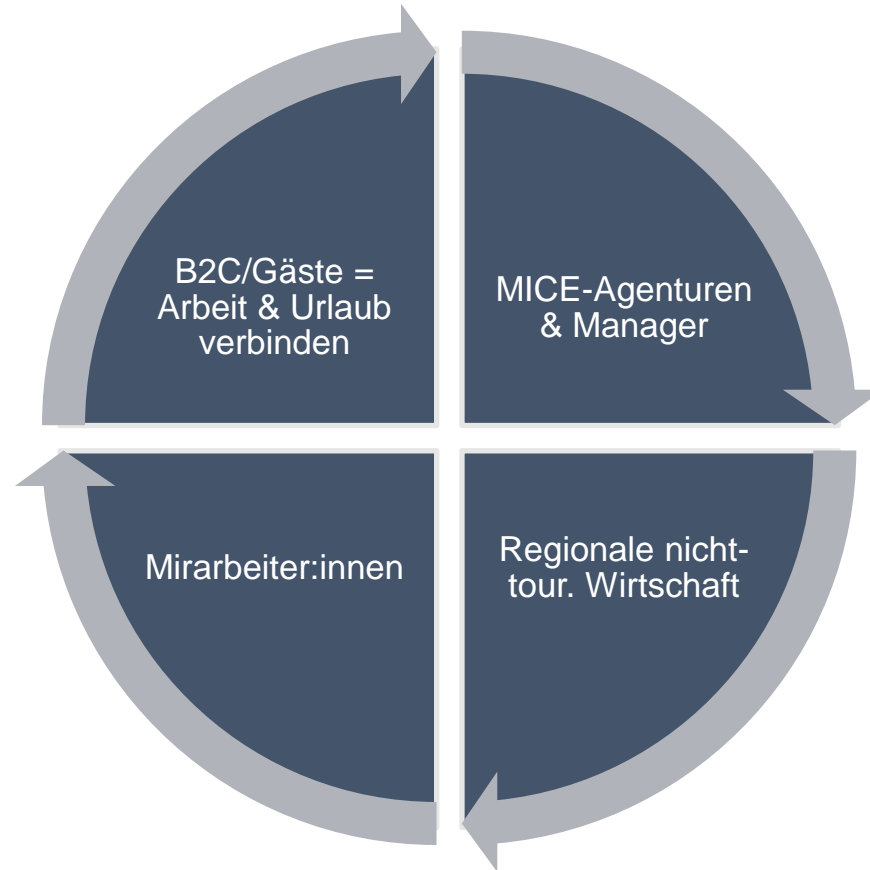
5. Profilierung als Kreativregion



# MULTIPLE ZIELGRUPPEN



der Fläming



# Ansprache neuer Zielgruppen

## Hinweise für ländliche Destinationen

- ✓ Natur als Inspirationsort: Ländlich geprägte Angebote für Geschäftsreisende entwickeln "Tagen im Grünen"
- ✓ Transformation des ländlichen Raums nutzen, z.B. Coworking-Angebote zur Gewinnung neuer Gäste
- ✓ Neue soziale Orte entwickeln, an denen Gäste & Einheimische aufeinander treffen

- ✓ **ARBEITEN**
- ✓ **FREIZEIT**
- ✓ **URLAUB**

...in Berlins  
direkter  
Nachbarschaft



der Fläming

# 28 PROJEKTPARTNER...



der Fläming

... aus Kunst, Naturpädagogik, Gesundheit, Landwirtschaft sowie  
Tagungswirtschaft & Gastronomie aus der gesamten Reiseregion Fläming



# VERNETZUNG



der Fläming



regions-, themen- & branchenübergreifende Kooperationen

# 56 REGIONALE ERLEBNIS- & TAGUNGSANGEBOTE



der Fläming



**T**agungsorte und -pakete



**A**ktiv in der Natur



**K**reatives Schaffen



**K**ulinarische Genüsse



**G**esundheit und Wohlbefinden

# TAGUNGSLOKALITÄTEN

- außergewöhnliche Tagungspakete
- exklusive Veranstaltungsräume
- hervorragende technische Ausstattung
- ausgezeichnete Hygienekonzepte
- Thematisch abgestimmte Gesamtpakete
- viel Raum in der Natur



der Fläming



# GRUPPENERLEBNISSE

## AKTIV IN DER NATUR

- Teambuilding-Programme
- Wildnis-, Kräuter-, Gesundheits-, Naturkundewanderungen
- Crosswalking und Waldbaden
- Führungen zu erneuerbaren Energien





# GRUPPENERLEBNISSE

## KREATIVES SCHAFFEN

- Erschließung schöpferischer Kräfte durch Kreativmethoden
- Erschaffen von Kunstwerken
- Filzen als meditatives Handwerk
- Kunsthandwerk aus Leder



# GRUPPENERLEBNISSE

## KULINARISCHE GENÜSSE

- Grill- und Räucherseminare
- Weinschule und -wanderungen
- Kräuterküche und Outdoorcooking
- ökologische Landwirtschaft
- Herstellung von Spirituosen



# GRUPPENERLEBNISSE

## GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

- Präventions- und Gesundheitsangebote
- Stressbewältigungsseminare
- Heilkräuter- und Räucherseminare
- Kosmetikherstellung
- Yoga, Cantienica, Visionssuche



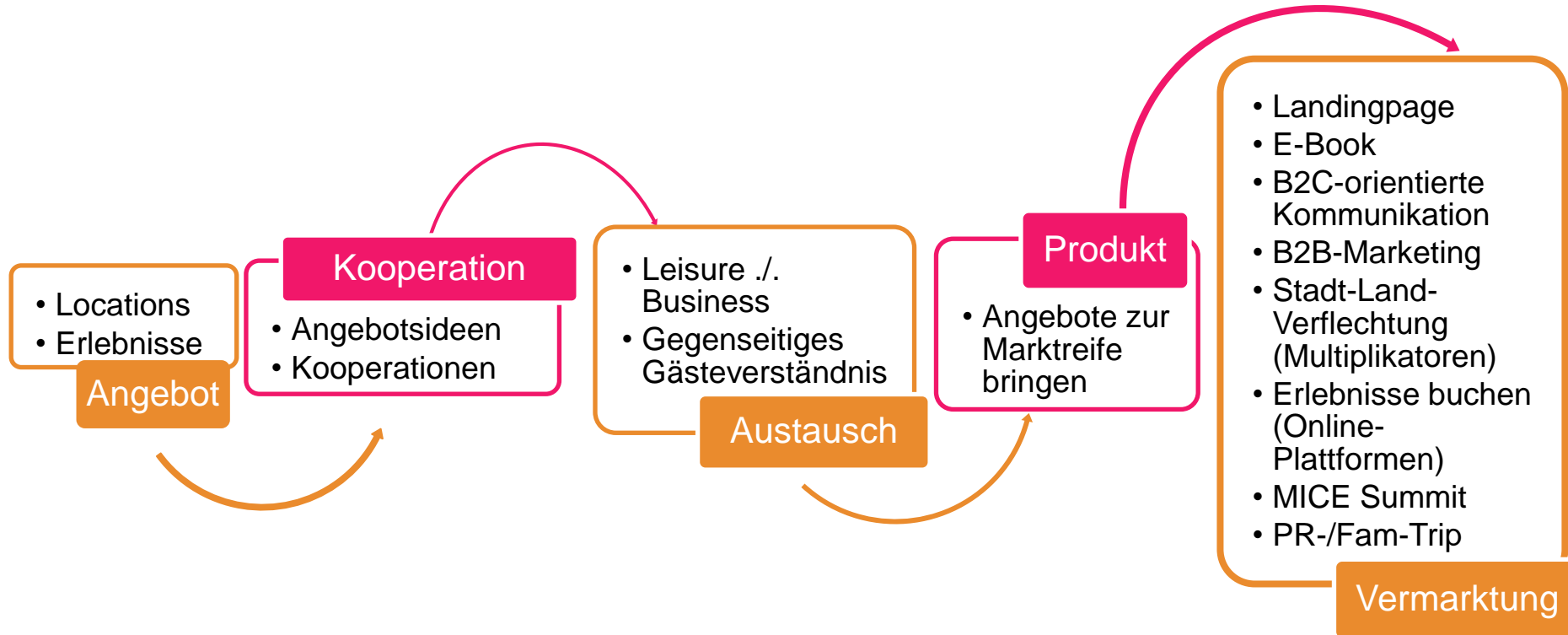
der Fläming



# WAS HABEN WIR SCHON ERREICHT?



der Fläming



# DMO als Vermittler & Vernetzer

- ✓ Stadt-Umland-Beziehungen stärken
- ✓ Integriertes Standortmanagement: Partner & Akteure zusammenführen
- ✓ Kommunen und Wirtschaftsförderung einbeziehen
- ✓ Netzwerke erweitern, neue Anbieter (auch außerhalb des Tourismus) suchen
- ✓ Neue Partnerschaften aufzeigen, z.B. Outdoor-Anbieter & MICE
- ✓ Übersetzer sein: Gegenseitige Bedürfnisse und Angebote vermitteln
- ✓ Für Zusammenarbeit werben, auch bei Konkurrenten
- ✓ Funktion der Touristinformation erweitern



der Fläming



**DTV MICE-LEITFADEN:**

[https://docs.google.com/presentation/d/10j6RuNuCM5UM\\_i8zh1FFwF2PKgOjIGZ96I-pDEf3uc/edit#slide=id.gd5e9838150\\_2\\_7](https://docs.google.com/presentation/d/10j6RuNuCM5UM_i8zh1FFwF2PKgOjIGZ96I-pDEf3uc/edit#slide=id.gd5e9838150_2_7)

**Tourismusverband Fläming e.V.**

**Daniel Sebastian Menzel**

03 32 04/62 87 11

d.menzel@reiseregion-flaeming.de