



Kofinanziert von der
Europäischen Union

branden
burg

New Work Experiences in Brandenburg: How to?

Handbuch für (potentielle) Betreiber
von Unterkünften für Offsites/Retreats

Vorgehen für New Work Experiences

1. Verstehen

Worum geht es bei New Work Experiences?

Was bedeutet New Work Experiences für Sie? Selbst-Check

2. Problem & Fokus

Welche Motive und Anforderungen hat Ihre Zielgruppe?

Teams noch besser verstehen: Persona-Steckbriefe

3. Ideen entwickeln

Wie können Sie Ihr Angebot passend gestalten?

Anforderungen besser verstehen: Checklisten

4. Umsetzung

Wie können Sie Ihre Ideen aufsetzen, testen und kommunizieren?

Was können Sie nun konkret tun?

1

Verstehen

Was bedeutet New Work
Experiences? Generell und für Sie?



New Work Experiences

Warum ist das ein Thema?

Die Arbeitswelt ist im Wandel:

- **Hybrides Arbeiten**
- **Remote-Teams**
- **Wunsch nach echter Verbindung**

Unternehmen suchen deshalb neue Wege der Zusammenarbeit. New Work Experiences wie Offsites, Retreats oder Workations bieten inspirierende Formate für Teams – und damit eine große Chance für touristische Regionen sowie Gastgeberinnen und Gastgeber.

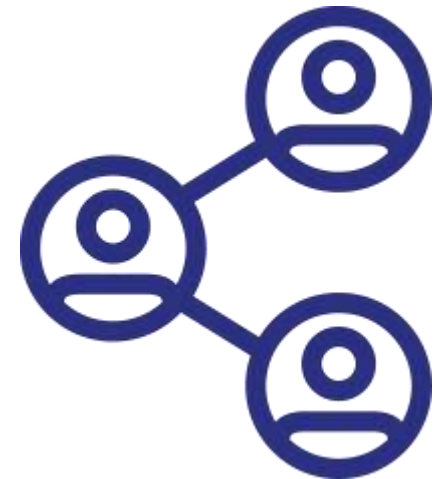


New Work Experiences

Warum ist das ein Thema?

brandenburg

**Hybrides Arbeiten erhöht den Bedarf
an realen Begegnungsräumen
für Zusammenhalt und Kreativität.**



New Work Experiences

Was ist das überhaupt?

New Work steht für moderne Arbeitsweisen, die Selbstverantwortung, Sinnorientierung, Flexibilität und Kooperation in den Mittelpunkt stellen. Daraus entstehen neue Formen des Zusammenarbeitens:

- **Offsites:** Gemeinsam an Themen arbeiten, Strategie & Projektarbeit
- **Team-Retreats:** Teambuilding, Vertrauen, gemeinsame Erlebnisse
- **Workations:** Arbeiten an einem anderen Ort + Freizeitgestaltung



New Work Experiences

Was ist das überhaupt? Noch mehr Begriffe.

- **New Work** = Neues Arbeiten. Fokus auf Eigenverantwortung sowie flexible und mitarbeiterorientierte Ansätze. Bestandteile sind flexible Arbeitszeiten, Homeoffice oder agile Methoden
- **New Work Experiences** = Kombination aus modernem Arbeiten, Erleben und Weiterentwicklung durch neue Impulse
- **Workation** = Kombination aus Arbeit (Work) und Urlaub (Vacation)
- **CoWorkation** = Kombination aus Arbeit (Work) und Urlaub (Vacation), gemeinsam mit anderen (Community), Verwendung sowohl im Kontext von Individualreisende als auch Teams/ Unternehmen

New Work Experiences

Was ist das überhaupt? Noch mehr Begriffe.

- **Offsite** = Meist mehrtägiges Arbeitstreffen mit dem Team/ Unternehmen abseits der Arbeitsstätte (off site), z. T. kombiniert mit Aktivitäten
- **Retreat** = „Rückzug“ aus dem Alltag, oft auch z. B. im Kontext von „Yoga-Retreats“ (Seminarreise) verwendet
- **Team-Retreat** = Team-Reise zur Stärkung des Zusammenhaltes, gemeinsame Aktivitäten und z. T. Seminare/ Workshops
- **Coworking** = Gemeinsames Arbeiten verschiedener Personen, oft aus unterschiedlichen Unternehmen, in einer offenen, flexiblen Arbeitsumgebung.
- **Coworking Space** = Ort mit gemeinsam nutzbaren Arbeitsplätzen (flexiblen Schreibtischen, festen Schreibtischen oder sogar eigenen Büros) und Infrastruktur für Coworking

New Work Experiences

Warum ist das touristisch relevant?

Für New Work Experiences ist auch die touristische Perspektive entscheidend:

- New Work Experiences sind mehr als Arbeitsformate: Sie inkludieren Freizeit, Erholung, Natur & Sinn.
- New Work Experiences benötigen die touristische Infrastruktur und vorliegende touristische Angebote.
- Angebote müssen gut kombiniert und erzählt werden.



New Work Experiences

Welche Vorteile bietet das?

Für Unternehmen in der Region:

- Attraktive Rahmenbedingungen für Teams & Mitarbeitende, wichtig als Job-Rahmen für Arbeitgeber in der Region (sowohl Infrastruktur als auch Gruppenangebote).

Für die Politik/Kommunen:

- Förderung von Zukunftsfähigkeit, Mehrwerte für die Bevölkerung, konkrete Wertschöpfung, Steigerung Freizeitwert/Aufenthaltsqualität durch entsprechende Angebote, Vernetzungsangebote durch das Schaffen von Begegnungsstätten und Gemeinschaftserlebnissen, Verbindung von Natur, Infrastruktur und Erleben.



New Work Experiences

Welche Vorteile bietet das?

Für den Tourismus (lokale und regionale Ebene):

- Aktuelle Trends nutzen, neue Zielgruppen erschließen, Nebensaison stärken, zusätzliche Wertschöpfung durch Business-Gäste erzielen, Angebote miteinander kombinieren, Stärken des Tagungs- und Meetingsegments in Abgrenzung zu den bestehenden klassischen Angeboten.

Für die Anbieter:

- Stärken des eigenen Images in Richtung von innovativ und kreativ, Nebensaison stärken, Saisonverlängerung, neue Zielgruppen mit hoher Zahlungsbereitschaft erschließen, neue Gästegruppen, Gruppen für bessere Planung, konkrete Wertschöpfung etc.



Wo stehen Sie aktuell?

Ausgangsbasis

Weiterentwicklung

„Ich habe bereits eine Location und will – in diesen bestehenden Räumen – eine neue Zielgruppe für mich erschließen.“

Neugestaltung

„Ich bin noch ganz am Anfang. Ich plane eine Location speziell in Richtung von New Work Experiences zu entwickeln/aufzubauen.“

Schnell-Check

Standort mit Potenzial

Prüfen Sie realistisch, wo Ihr Ort aktuell steht:

- Professionelle Grundinfrastruktur vorhanden?
- Räume für Fokus und Begegnung?
- Authentisches Umfeld mit Charakter?
- Bereitschaft, mit neuen Zielgruppen zu lernen?

Wenn Sie hier größtenteils „Ja“ sagen können, haben Sie die Basis.

Der nächste Schritt ist **gezielte Weiterentwicklung mit Qualitätsanspruch**
– nicht der schnelle Einstieg.

2

Problem und Fokus

Welche Motive und Anforderungen
hat Ihre Zielgruppe?

Warum fokussieren wir uns auf Teams?

Überblick

Wirtschaftliche Relevanz

Teams reisen meist mit 15–20 Personen an, buchen mehrere Übernachtungen, Workshops, Verpflegung und Aktivitäten und sorgen so für planbare und gebündelte Wertschöpfung.

Verlässliche Buchungen

Unternehmen planen frühzeitig, bringen höhere Budgets mit als Individualreisende und kommen bei guter Erfahrung regelmäßig wieder.

Bedarf an echter Begegnung

In hybriden Strukturen sind reale Treffen zentral für die Zusammenarbeit, Identität und Motivation. Unternehmen sind hierfür auf der Suche nach passenden Orten.

Passende Angebotsstruktur

Teams reisen gemeinsam an, haben meist ähnliche Tagesstrukturen und benötigen eine koordinierte Betreuung. Das erleichtert die Planung, reduziert den Aufwand und sorgt für ein rundes Gesamterlebnis.

Warum fokussieren wir uns auf Teams?

Überblick

Kurz:

Unternehmen buchen frühzeitig, bringen solide Budgets mit und kommen bei guter Erfahrung wieder.
Perfekt also.

Teams bieten also große Chancen für New Work Experiences.
Sie unterscheiden sich allerdings von ihrer Struktur, Motivation und Herkunft.

Zielgruppe Teams



brandenburg

Typische Rahmenbedingungen für Team-Treffen

- **Dauer:** meist 2–3 Tage/1–2 Übernachtungen
- **Gruppengröße:** durchschnittlich 15–20 Personen
- **Anreise:** überwiegend aus Brandenburg und Berlin
(= 1–2 Stunden Entfernung)
- **Buchung:** durch zentrale Ansprechpersonen im Unternehmen
(Assistenz, HR, Geschäftsführung)
- **Zeitraum:** häufig außerhalb der klassischen Ferienzeiten – deshalb
ideal für Nebensaisonangebote

Zielgruppe Teams



Hintergrund

Teams, die

- Workation-Angebote (= Kombination aus Work/Arbeit und Vacation/Urlaub)
- Offsite-Angebote (= Arbeitstreffen außerhalb der eigenen Arbeitsstätte)
- oder Retreat-Angebote (= Rückzug aus dem Alltag) nutzen,

lassen sich grob in zwei Unternehmensstrukturen einteilen:

- **eher klassisch strukturierte Unternehmen** und
- **eher innovativ strukturierte Unternehmen**

Zielgruppe Teams – Unternehmensstruktur



brandenburg

Eher klassisch strukturierte Unternehmen

z. B. Konzerne, Mittelstand, Verwaltungen – eher hierarchisch organisiert

- Anteil: geschätzt ca. **zwei Drittel** aller Teamaufenthalte
- **Potenzial:** Diese Betriebe sind regional stark vertreten und leicht erreichbar. Oft bestehen bereits persönliche Kontakte – ein klarer Vorteil für die Ansprache.
- **Bedarf:** Sie suchen Orte, die verlässlich, gut organisiert und zugleich inspirierend sind – ideal für Strategie- und Zusammenarbeitstreffen.
- **Chance:** Transformationsbegleitung – neue Arbeitsformen in vertrauter Struktur erlebbar machen.

Zielgruppe Teams - Unternehmensstruktur



brandenburg

Eher innovativ strukturierte Unternehmen

z. B. Start-ups, Agenturen, IT- und Kreativwirtschaft – eher agil und nicht-hierarchisch organisiert

- Anteil: geschätzt ca. **ein Drittel** aller Teamaufenthalte
- **Potenzial:** Diese Unternehmen schätzen kreative, unkonventionelle Orte und authentische Gastgeberinnen und Gastgeber.
- **Herausforderung:** Sie haben oft höhere Ansprüche an Individualisierung und Atmosphäre und sind weniger langfristig gebunden.
- **Chance:** Mit Qualität, Haltung und klarer Positionierung lassen sich auch diese Zielgruppen gewinnen.

Zielgruppe Teams - Unternehmensstruktur



brandenburg

Fokus

Bei beiden Unternehmensstrukturen kann der Fokus des Formats auf folgendem liegen:

- auf „zusammen arbeiten“
(im allgemeinen höherer Anteil/Volumen)
- auf „Team-Building“

Zielgruppe Teams



brandenburg

Unternehmen und ihre Ziele bei New Work Experiences

Unternehmen mit
eher **innovativer** Unternehmensstruktur
(nicht-hierarchisch, agil)

Fokus auf **zusammen arbeiten**

Unternehmen mit
eher **innovativer**
Unternehmensstruktur
(nicht-hierarchisch, agil)
Fokus auf **Team-Building**

Unternehmen mit
eher **klassischer** Unternehmensstruktur
(hierarchisch)

Fokus auf **zusammen arbeiten**

Unternehmen mit
eher **klassischer**
Unternehmensstruktur
(hierarchisch)

Fokus auf **Team-Building**

Zielgruppe Teams



Unternehmen und ihre Ziele bei New Work Experiences

Es ist festzustellen:

- Unternehmen investieren vor allem in Offsites und Formate mit klaren, wertschöpfungsorientierten Zielen.
- Teamentwicklung bleibt wichtig, wird aber meist mit kleineren Budgets umgesetzt.
- Der Trend geht zur Verbindung von Produktivität und Teambuilding – ganzheitliche Zusammenarbeit steht im Fokus.

Zielgruppe Teams



brandenburg

Quellmärkte

1. Priorität

- Adressierung von Unternehmen aus der eigenen Region/ Brandenburg – überwiegend Unternehmen mit eher klassischer Unternehmensstruktur

2. Priorität

- Adressierung von Unternehmen mit eher innovativer Unternehmensstruktur, meist mit Sitz in Berlin.

Generell gilt:

Die Zielgruppe leitet sich immer vom Angebot ab.

Es gibt kein „one fits all“, sondern das Angebot muss den Anforderungen und Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen.

Konkrete Bedürfnisse setzen den Rahmen für jede Teamreise

Zentrale Reismotive

Verbindung & Vertrauen

- Sich besser kennenlernen, Vertrauen aufbauen, Beziehungsdynamiken stärken
- Aktivitäten: Teambuilding

Klarheit & Ausrichtung

- Rollen klären, Strategie entwickeln, Vision gestalten
- Aktivitäten: Strategie- & Visionsarbeit + Struktur & Fokus



Ruhe & Regeneration

- Entschleunigung, mentale Erholung, Stressabbau
- Kopf aus & Achtsamkeit

Sinn erleben & gemeinsam gestalten

- Gemeinsam etwas schaffen, Wirkung erleben, Beitrag leisten
- Aktivitäten-Cluster: Gestalten & Wirkung

Inspiration & Lernen

- Neue Perspektiven, Methoden oder Impulse erhalten
- Aktivitäten: Lernen & Innovation

Zentrale Reismotive: Verbindung und Vertrauen

Fokus-Motiv für Team-Retreats

Besondere Anforderungen an die Location:

- Abgeschiedene und ruhige Lage in der Natur (am Wasser, im Wald)
- Gemeinsames Haus
- Große offene Wohnküche für gemeinsames Kochen und Essen, großer Esstisch/Raum für gemeinsames Sitzen, Reden und Spielen + Restaurant/Catering sowie Küche/Grill/ Pizzaofen für Koch-Event
- Aufenthaltsräume mit gemütlichen Sofas, Kamin, ggf. Outdoor-Lounge
- Flexibles Mobiliar, das leicht umgestellt werden kann
- Musikanlage / Lautsprecher, Beamer oder Leinwand für Abendaktivitäten
- Attraktiver Außenbereich mit Garten, Feuerstelle, Grillplatz, evtl. Wasserzugang (See, Fluss), offene Wiesen oder Flächen für Teamübungen und Outdoor-Aktivitäten

Zentrale Reismotive: Verbindung und Vertrauen

Fokus-Motiv für Team-Retreats

Beispiel-Aktivitäten für Teambuilding:

- Yoga/Meditation, gemeinsames Kochen/Tasting, gemeinsam aktiv in der Natur z. B. Kanutour etc.

Zentrale Reismotive: Klarheit und Ausrichtung

Fokus-Motiv für Offsites

Besondere Anforderungen an die Location:

- Ruhige, inspirierende Umgebung
- Klare, moderne, helle Architektur mit viel Tageslicht, inspirierendes Interior (Farben, Materialien, Design)
- Mind. ein großer, gut ausgestatteter Workshopraum mit flexibler Bestuhlung (U-Form, Gruppeninseln, Stehtische) sowie Steharbeitsplätzen oder Design-Thinking-Tischen
- Breakout-Räume für Kleingruppenarbeit
- Gut ausgestattet für Workshoparbeit (Whiteboards, Flipcharts, Moderationswände, Projektor oder große Monitore), umfangreiches Bastel- und Prototyping-Material für eingesetzte Kreativmethoden (Lego, Bastelkarton, Marker etc.)

Zentrale Reismotive: Klarheit und Ausrichtung

Fokus-Motiv für Offsites

Besondere Anforderungen an die Location (Fortsetzung):

- Kaffeebar, Snacks, Wasserstationen im Arbeitsbereich + Catering/Restaurant/Grill/ Pizzaofen für Koch-Event
- Outdoor: Offene Wiesen, Flächen für Bewegungspausen oder „Walk & Talk“-Einheiten

Beispiel-Aktivitäten für Strategie- & Visionsarbeit + Struktur & Fokus:

- Morning Stretch, Energizer, Prototyping-Session/Lego Serious Play, Outdoor-Strategiepaziergang, gemeinsames Kochen/Tasting etc.

Was Teams wirklich suchen

Zentrale Reismotive

Motive und ihre Aktivitäten-Cluster lassen sich gut in unterschiedlichen Reiseformaten integrieren.
Idealerweise werden zwei Elemente pro Aufenthalt kombiniert:

ein produktives Ziel
(z. B. Strategie-Workshop)

und ein **verbindendes Erlebnis**
(z. B. Kochabend am Feuer).



Zielgruppe Teams



brandenburg

Persona-Steckbriefe zur besseren Vorstellung

Eine Persona stellt einen **fiktiven, aber idealtypischen Vertreter** einer gewünschten Zielgruppe dar, um diese **greifbarer und verständlicher** zu machen.

In unserem Fall:

- **Müller & Partner GmbH** als idealtypischer Vertreter eines eher klassisch strukturierten Unternehmens
- **NextGenApp GmbH** als idealtypischer Vertreter eines eher innovativ strukturierten Unternehmens

Zielgruppe Teams



Persona-Steckbriefe zur besseren Vorstellung

Unternehmen mit
eher klassischer
Unternehmensstruktur
(hierarchisch)

Beispiel (fiktiv):
Müller & Partner GmbH –
Maschinenbau aus Brandenburg

Maschinen-
und Anlagenbau
in Südwestbrandenburg

Unternehmen mit
eher innovativer
Unternehmensstruktur
(nicht-hierarchisch, agil)

Beispiel (fiktiv):
NextGen Apps GmbH –
Digital Product Team Berlin

IT/Softwareentwicklung aus Berlin,
mit verteiltem Remote-Team
in ganz Deutschland

Persona: Eher klassisch strukturiertes Unternehmen aus Brandenburg

Müller & Partner GmbH: Unternehmensprofil

- **Branche:** Maschinen- und Anlagenbau
- **Sitz:** Südwestbrandenburg, ländlich geprägter Raum
- **Größe:** ca. 120 Mitarbeitende, davon 18 Personen im erweiterten Führungsteam
- **Unternehmensstruktur:** Familiengeführt, mit klaren Hierarchien und Verantwortlichkeiten
- **Entscheidungswege:** zentral über Geschäftsführung und Bereichsleitungen
- **Arbeitsweise:** überwiegend Präsenzarbeit, geringe Homeoffice-Quote

Persona: Eher klassisch strukturiertes Unternehmen aus Brandenburg

Müller & Partner GmbH: Unternehmensprofil

- **Regionale Verankerung:** hohe Identifikation mit Standort und Mitarbeitenden; starke Bindung zu regionalen Netzwerken und Lieferketten
- **Wirtschaftliche Lage:** stabil, wachstumsorientiert – steht vor Modernisierungsschritten in Produktentwicklung und Digitalisierung
- **Unternehmenskultur:** geprägt von Kontinuität, Loyalität und Qualitätsbewusstsein; Wandelthemen (z. B. New Work, Nachhaltigkeit) werden zunehmend aufgegriffen, jedoch pragmatisch und ergebnisorientiert betrachtet
- **Kommunikationsstil:** sachlich, verbindlich, lösungsorientiert; Wert auf klare Zuständigkeiten und Planbarkeit

Persona: Eher klassisch strukturiertes Unternehmen aus Brandenburg

Müller & Partner GmbH: Reiseanlass

Reisemotiv / Zielsetzung:

- **Primärmotiv:** Abteilungsübergreifende Strategieentwicklung, Markt- und Produktentwicklung
- **Sekundärmotive: Austausch & Vertrauen:** Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit fördern, **Gemeinschaft:** Zusammenhalt und Wir-Gefühl in der Führungsebene stärken, **Abwechslung:** Arbeitsumgebung mit Struktur, aber außerhalb des gewohnten Umfelds

Folgende Angebote passen hierzu:

- Orte mit Geschichte, verlässlicher Infrastruktur, hochwertiger Küche und der Möglichkeit, Arbeit und Gemeinschaft harmonisch zu verbinden.
- Zum Beispiel: Gut Boltenhof, Schloss Blankensee

Persona: Eher klassisch strukturiertes Unternehmen aus Brandenburg

Müller & Partner GmbH: Anforderungen an den Ort

- **Zuverlässige Technik & Ausstattung:** Stabiles WLAN, Präsentationsmöglichkeiten, Workshop-Tools, ggf. hybride Anbindung
- **Strukturierte Abläufe:** klare Tagesagenda, definierte Pausen, pünktliches Catering
- **Rückzugs- & Arbeitsräume:** funktional, ruhig, mit ausreichend Platz für Gruppendiskussionen, Einzelzimmer mit eigenem Bad, mind. 1 Workshop-Raum + mind. 1 Breakout-Raum
- **Verpflegung:** hochwertige, regionale Küche als Catering mit flexiblen Zeiten
- **Abendprogramm:** gemeinsames, ungezwungenes Erlebnis (z. B. Koch- oder Grillabend, Whisky-Tasting, Bar-Lounge)
- **Rahmenbedingungen:** ruhige Lage, gute Erreichbarkeit mit Pkw (max. 1,5 Stunden von Berlin/Potsdam)

Persona: Eher klassisch strukturiertes Unternehmen aus Brandenburg

Müller & Partner GmbH: Kommunikation

Typische Entscheidungswege:

- **Initiative:** Assistenz der Geschäftsführung oder HR-Leitung
- **Entscheidung:** Geschäftsführung & Bereichsleiter
- **Beteiligte:** externes Tagungsmanagement oder Reisebüro bei größeren Gruppen
- **Buchungszeitraum:** 3–6 Monate im Voraus

Kommunikative Ansprache:

- Betonung von Planungssicherheit, Professionalität und Effizienz
- Vermeidung von zu „hippen“ Begriffen wie „Workation“; besser: „Strategietagung“, „Führungsoffsite“ oder „Teamtage in inspirierender Umgebung“
- Fokus auf Nutzenargumente: „Strukturierte Arbeit in ruhiger Umgebung“, „Raum für klare Entscheidungen“, „gestärkte Zusammenarbeit“

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Unternehmensprofil

- **Branche:** IT / Softwareentwicklung (SaaS-Plattform)
- **Sitz:** Berlin, mit verteiltem Remote-Team in ganz Deutschland
- **Teamgröße:** 10 Mitarbeitende aus dem Produkt- und UX-Bereich
- **Unternehmensstruktur:** flache Hierarchien, cross-funktionale Teams, agiles Arbeiten (Scrum)
- **Arbeitsweise:** nahezu vollständig remote, regelmäßige Online-Stand-ups, flexible Arbeitszeiten
- **Unternehmenskultur:** kreativ, offen, wertorientiert (Selbstverantwortung, Sinn, Nachhaltigkeit)

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Unternehmensprofil

- **Entscheidungsprozesse:** partizipativ; Themen werden im Team diskutiert, Entscheidungen gemeinsam getroffen
- **Wirtschaftliche Lage:** wachstumsstark, investorenfinanziert; hohe Dynamik und Innovationsdruck
- **Regionale Verankerung:** eher gering – urbanes Umfeld, aber zunehmendes Interesse an Rückzugsorten in der Natur für Fokus und Teamkultur
- **Kommunikationsstil:** locker, digital, spontan, emotional-authentisch; viele englische Fachbegriffe („Offsite“, „Retreat“, „Sync“)
- **Mediennutzung:** bevorzugt Social Media (LinkedIn, Slack, Instagram), visuelle Kommunikation

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Reiseanlass

Reisemotiv / Zielsetzung:

- **Primärmotiv:** Gemeinsame Strategie- und Projektplanung nächstes Quartal, strategische Arbeit kombiniert mit Inspiration und Entschleunigung
- **Sekundärmotive: Teamkultur:** Zusammenhalt und Vertrauen stärken, **Kreativität:** Neues Denken fördern, Routinen durchbrechen, **Erholung:** Rückzug vom urbanen Alltag, Balance zwischen Arbeit und Achtsamkeit

Folgende Angebote passen hierzu:

- Orte mit Design, Naturbezug und Freiraum – kombiniert mit moderner Technik, Nachhaltigkeit und Achtsamkeit.
- Zum Beispiel: Project June, Forsthaus Tornow, Coconat, nook

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Anforderungen an den Ort

- **Zimmereinteilung:** je nach Unternehmen Einzelzimmer bevorzugt, aber Doppelzimmer/Bad teilen möglich
- **Kreative Workshopräume:** helle, flexible Räume mit Whiteboards, Sitzsäcken, Flipcharts, Breakout-Zonen
- **Design & Atmosphäre:** moderne, ästhetische Architektur mit Naturbezug – kein klassisches Tagungshotel
- **Technische Infrastruktur:** stabiles WLAN, Streaming-Setup für Remote-Check-ins, Steckdosen & Monitore
- **Natur & Rückzug:** Lage im Grünen, Wander- oder Wasserzugang, Ruhe für Reflexion
- **Kulinarik:** hochwertige, gesunde Küche (vegetarisch/vegan), Vollverpflegung/ Catering muss bei einem Offsite möglich sein, je nach Unternehmen: gemeinsames Kochen
- **Freizeit & Achtsamkeit:** Yoga, Waldbaden, Sauna, gemeinsame kreative Aktivitäten

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Kommunikation

Typische Entscheidungswege

- **Initiative:** Teamlead oder Product Owner, oft auf Initiative des Teams selbst
- **Entscheidung:** gemeinsam im Team („Team-Budget“)
- **Buchung:** über digitale Plattformen, Direktkontakt oder Empfehlungen
- **Buchungszeitraum:** kurzfristiger als bei klassischen Unternehmen, häufig 4–8 Wochen im Voraus

Kommunikative Ansprache

- **Sprache:** locker, kreativ, visuell – Fokus auf Inspiration und Atmosphäre
- **Reizwörter:** „Retreat“, „Offsite“, „Co-Creation“, „Inspiration in Nature“
für Retreats passend: „Digital Detox“, Fokus auf Erlebnis, Mindset und Energie

Persona: Eher innovativ strukturiertes Produktteam aus Berlin

NextGen Apps GmbH: Kommunikation

Kommunikative Ansprache

- **Betonung von:** „Raum für kreatives Denken“, „Balance zwischen Arbeit und Achtsamkeit“, Business Performance und Wellbeing

Passende Ansprache & Kanäle

- **Digitale Sichtbarkeit:** moderne Website mit emotionaler Bildsprache
- **Social Proof:** Erfahrungsberichte, Instagram-Posts, authentische Fotos von realen Gruppen
- **Kanäle:** LinkedIn, Instagram, Slack-Communities, Workation-Verzeichnisse
- **Tonfall:** wertschätzend, inspirierend, persönlich

3

Ideen entwickeln

Wie können Sie Ihr Angebot
passend gestalten?

Good Practices aus Brandenburg

Beispiele – stellvertretend für viele weitere Anbieter

Allgemein

- **360° by Teamgeist Resort, Heidesee** (www.360-teamgeist.com)
Direkt am Ufer des Wolziger See gelegen (Naturpark Dahme-Heidesee), mit großer Außenfläche (~20.000 m²) und modernen Apartments sowie Seminar-/Meetingräumen. Ideal für Offsite-Meetings, Teambuilding + Workation. Verbindung von professioneller Workshop-/Meetinginfrastruktur mit Natur und Freizeit-Komponenten.
- **Der Kemper Hof, Netzeband/Temnitzquell** (derkemperhof.de)
Ort für Seminare und Offsites, individuelle Events und Tagungen sowie auch, Film-Drehs und Hochzeiten. Verschiedene Seminar- und Arbeitsräume, mehrere Küchen sowie großer Garten mit Freizeit- und Erlebnischarakter (Baumhaus, Feuerstelle, Gemüsegarten, Tiere)

Good Practices aus Brandenburg

Beispiele – stellvertretend für viele weitere Anbieter

- **Project June, Jüterbog** (www.projectjune.de)
Coworking & Meetingräume mit inspirierendem Design (alte Holzbalken + modernes Mobiliar). Design- und Raumkonzept unterstützen die kreative Arbeit – zeigt gut, dass New Work sehr stark über Ausstattung und Atmosphäre läuft.

Mehr kreativ

- **Coconat, Bad Belzig** (coconat-space.com)
Coconat = Community & Concentrated Work in Nature. Historischer Gutshof mit Seminarräumen, Zimmern, Coworking Area, Café, Maker Space und großen Außenareal für Entdecker

Good Practices aus Brandenburg

Beispiele – stellvertretend für viele weitere Anbieter

- **Forsthaus Tornow, Krangen/Neuruppin** (forsthaus-tornow.de)
Outpost of Tomorrow – Die Lodge für Change-Maker & Relationship Builder, Wohnzimmer-Atmosphäre, große Küche, kleine Schafkojen, inmitten der Natur. Für kreative Offsites, strategische Führungskräfte-Meetings oder vertraute Zusammenkünfte.
- **nook, Bad Saarow** (www.nooksociety.com)
Hotelkonzept & Community für die Kombination aus leben, arbeiten, spielen und sein direkt am Scharmützelsee. Ruhe, moderne Arbeits-/Kollaborationsräume, Glamping, Sauna, Wellbeing-Angebote. Angebote für Offsites & Retreats

Good Practices aus Brandenburg

Beispiele – stellvertretend für viele weitere Anbieter

Mehr klassisch

- **Gut Boltenhof, Fürstenberg/Havel** (gutboltenhof.de)
Ehemaliges Rittergut, nun Ferien- und Seminarhof, mit Hofladen, ökologischer Tierhaltung. Zeigt, wie Arbeiten und Leben auf dem Land ineinander greifen können. Auch geeignet für Offsites & Team-Retreats.
- **Schloss Blankensee, Trebbin** (tagen-und-feiern.schloss-blankensee.com)
Exklusives Schloss im Grünen mit Fokus auf Tagungen, Seminaren und Retreats. Dabei werden keine parallelen Veranstaltungen angeboten („nur Sie und Ihr Team“). Ideal für konzentrierte Gruppenarbeit im Rückzugsort-Setting; mehr Zeit für Gemeinschaft und Reflexion im „offsite“-Modus.

Anforderungen an New-Work-Orte

Überblick

- Mindestkapazitäten (ca. 10 Einzelzimmer)
- Kreative Arbeitsräume mit Technik & Moderationsmaterial
- Atmosphäre: Durchdachtes Design, Wohnzimmer-Flair
- Verpflegung (regional, flexibel, optional gemeinsames Kochen möglich)
- Aufenthaltsqualität: Garten, Außengelände, Rückzugsorte
- Gastgeberrolle: professionell, herzlich, lösungsorientiert

Anforderungen an New-Work-Orte

Generelle Kriterien

Infrastruktur & Ausstattung

Verlässliches WLAN, flexible Arbeitsflächen und komfortable Übernachtungsmöglichkeiten sind die Grundlage jedes erfolgreichen Workation-Ortes.

Lage & Umgebung

Rauskommen ist zentral. Die Nähe zu Natur, Wasser oder Weite sorgt für Inspiration und Regeneration – und ist einer der wichtigsten Gründe, warum Teams Brandenburg als Offsite- oder Retreat-Ziel wählen.

Gastgeber & Haltung

Gastgeberinnen und Gastgeber, die offen, flexibel und authentisch auf neue Arbeitsformen reagieren, schaffen die richtigen Orte. Eine klare Haltung – „Hier darf Arbeit anders sein“ – prägt das Erlebnis und bleibt in Erinnerung.

Kommunikation & Sichtbarkeit

Eine aussagekräftige Website, emotionale Bilder und präzise Informationen zur Ausstattung helfen, die richtigen Gäste anzusprechen. Storytelling mit regionalem Bezug zeigt, was den Ort besonders macht

Anforderungen an New-Work-Orte

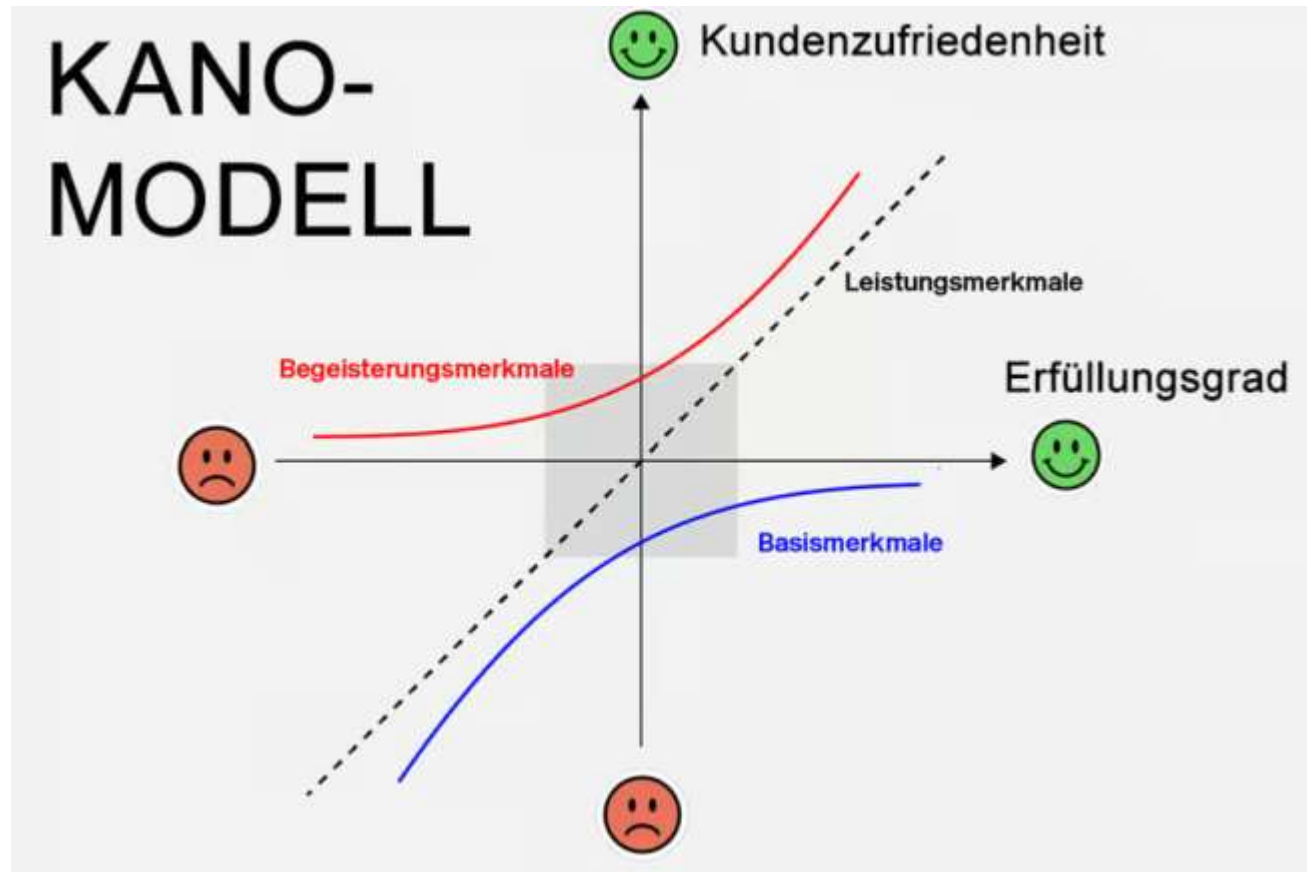
Generelle Kriterien

Kurz:

Erfolg entsteht dort, wo Professionalität auf Persönlichkeit trifft. Wenn Infrastruktur, Lage, Haltung und Kommunikation zusammenspielen, wird aus einem Ort ein Erlebnis – und aus Gästen werden Wiederkehrende.

Priorisierung nach Gäste-Bedürfnissen

Fokussierung von Maßnahmen (KANO-Modell)



- **Basismerkmale** werden vorausgesetzt. Sie müssen erfüllt sein. Nichterfüllung sorgt für Unzufriedenheit.
- **Leistungsmerkmale** sorgen abhängig vom Erfüllungsgrad für Zufriedenheit oder Unzufriedenheit. Hier zeigen sich die Unterschiede zwischen den verschiedenen Anbietern im Markt
- **Begeisterungsmerkmale** sind entscheidend. Sie sind unerwartet und können deshalb nicht für Unzufriedenheit sorgen – aber für große Zufriedenheit und Bindung.

Priorisierung nach Gäste-Bedürfnissen

Fokussierung von Maßnahmen (KANO-Modell)

Beispiele

- **Basismerkmale:** Wenn WLAN oder Sauberkeit nicht stimmen, bricht das Vertrauen sofort, egal, wie schön die Natur ist.
- **Leistungsmerkmale:** Ein Ort mit flexiblen Workshopräumen, gesunder Küche und klarer Kommunikation hebt sich deutlich von anderen Anbietern ab und wird aktiv weiterempfohlen.
- **Begeisterungsmerkmale:** Ein Ort mit klarer Haltung, Lagerfeuerabenden und Gastgebenden, die sich als Teil des Teams verstehen, bleibt weit über den Aufenthalt hinaus emotional verankert.

Priorisierung nach Gäste-Bedürfnissen

Fokussierung von Maßnahmen (KANO-Modell)

Basismerkmale	Leistungsmerkmale	Begeisterungsmerkmale
<ul style="list-style-type: none">• Stabiles WLAN in allen Arbeitsbereichen• Steckdosen, gute Beleuchtung, Platz• Sauberkeit• Bequeme Betten• Funktionale Badezimmer• Möglichkeit zur Verpflegung (Küche, Supermarkt, Restaurant..)	<ul style="list-style-type: none">• Modernes, authentisches Design• Flexible Nutzung der Arbeitsräume• Gute Workshoppausstattung• Gastgeber-Kompetenz (offen, flexibel)• Regionale, gesunde und flexible Verpflegung• Zugang zu Natur, Ruhe, Bewegung• Zusammenarbeit mit regionalen Partnern	<ul style="list-style-type: none">• Architektur mit Charakter (altes Gutshaus, Tiny Houses...)• Spezifische Naturerlebnisse (Sauna am See, Bootstour, Sternenhimmel...)• Regionale Identität, klare Wertekommunikation• Besondere Servicekultur (persönlicher Empfang, Aufmerksamkeiten...)• Möglichkeit mitzugestalten (Kochen, Garten...)

Priorisierung nach Gäste-Bedürfnissen

Fokussierung von Maßnahmen (KANO-Modell)

- **Start mit Basis:**
WLAN, Ruhe, Sauberkeit, Grundversorgung sichern
- **Ausbau mit Leistung:**
Räume, Kommunikation, Kooperationen verbessern
- **Profil mit Begeisterung:**
Atmosphäre, Natur, Haltung und Geschichten einbringen

Angebotsstrukturen

Zwei grundsätzliche Möglichkeiten

Die Angebote im Rahmen von New Work Experiences (= Erlebnisangeboten Neuen Arbeitens) lassen sich in zwei Strukturen unterteilen:

Alles unter einem Dach



Die Location vereint alle zentralen Komponenten – **Schlafen, Arbeiten, Essen und Freizeit – an einem Ort.**

Sie funktioniert als eigenständiger Solitär und schafft durch kurze Wege ein konzentriertes, gemeinschaftliches Erlebnis.

Alles um die Ecke



Mehrere Anbieter im gleichen Ort – z. B. Unterkunft, Arbeitsräume, Gastronomie und Freizeitangebote – bieten gemeinsam ein **verbundenes Angebot.**

Voraussetzung hierfür sind eine **enge Kooperation, klare Koordination und kurze Wege.**

Alles unter einem Dach

Angebotsstruktur im Überblick



brandenburg

- **Charakterisierung:**
Schlafen, Arbeiten, Essen und Erleben finden an *einem* Ort statt.



- **Eignung:**
Besonders geeignet für mehrtägige Teamreisen.



- **Vorteile:**
klare Abläufe, kurze Wege, hohe Aufenthaltsqualität, z. T. Exklusivnutzung möglich.



- **Aktueller Stand in Brandenburg:**
Es gibt bereits viele gute und funktionierende Angebote.



Alles unter einem Dach

Anforderungen



brandenburg

Ein „Alles unter einem Dach“-Ort funktioniert dann, wenn er gleichzeitig:

- funktional und gemütlich ist,
- Professionalität und Leichtigkeit verbindet,
- Raum für Arbeit, Begegnung und Erholung schafft,
- und seine Besonderheit ehrlich kommuniziert.

Alles um die Ecke

Angebotsstruktur im Überblick



brandenburg

- **Charakterisierung:**

Mehrere Anbieter in einem Ort/Dorf kooperieren miteinander: Übernachtung (Hotel, Gasthaus, besondere Unterkünfte wie Tiny Houses) + Workshopraum (Café, alter Bahnhof, Coworking Space) + gemeinsames Essen bei lokalem Anbieter.



- **Eignung:**

Besonders für Teams aus der Region interessant sowie für Individualreisende.



- **Vorteile:**

hohe Authentizität, Einbindung in die Region, flexible Kombination, Begegnung mit der Region.



- **Aktueller Stand in Brandenburg:**

Potenziale und erste Ansätze sind vorhanden, allerdings noch weiterzuentwickeln.



Alles um die Ecke

Anforderungen



Ein „Alles um die Ecke“ – Ort überzeugt, wenn:

- Kooperation spürbar, aber nicht kompliziert ist,
- Wege kurz, Abläufe klar und Gastgeberinnen sowie Gastgeber vernetzt sind,
- und Gäste das Gefühl haben, in einem „Ort des Miteinanders“ zu sein – nicht in einzelnen Betrieben.

Alles um die Ecke

Good Practices aus Brandenburg



brandenburg

Derzeit fehlen noch Good Practices in Brandenburg. So könnte es aussehen:



Alles unter einem Dach: Checklisten

Lage und Erreichbarkeit



Ein „Alles um die Ecke“ – Ort überzeugt, wenn:

- Gute Anbindung mit Pkw & ÖPNV (max. 1,5 Stunden von Berlin/Potsdam)
- Kooperationen mit Shuttle- oder Taxiunternehmen
- Informationen zu Rufbussen oder Hol- & Bringservice
- E-Ladesäulen & Parkplätze vor Ort
- Ausschilderung & einfache Orientierung
- Idealerweise Exklusivlage mit Ruhe & Weite

Alles unter einem Dach: Checklisten

Charakteristik und Rahmenbedingungen



- Natur als Kulisse – inspirierende, naturnahe Umgebung
- Mindestens 10 Zimmer (Einzelzimmer bevorzugt, funktional & ruhig)
- Ggf. eigenes Bad – insbesondere relevant für klassisch strukturierte Unternehmen
- Ergänzungen durch Tiny Houses, Cabins oder Glamping-Einheiten möglich
- Hohe Sauberkeit & sanitäre Standards
- Exklusivnutzung oder klar definierte Rückzugsbereiche möglich
- Kurze Wege zwischen Unterkunft, Arbeits- und Freizeitbereichen

Alles unter einem Dach: Checklisten

Arbeiten und Räume



- Kreativer Meetingraum mit professioneller Workshop-Ausstattung
- Technikstandard: WLAN \geq 50 Mbit, Beamer, Steckdosen, Präsentationsfläche
- Whiteboards oder beschreibbare Wände, Moderationsmaterial (Karten, Stifte, Post-its etc.)
- Flexibel nutzbare Räume für Bewegung, Pausen oder Abendnutzung
- „Wohnzimmer-Atmosphäre“ statt klassisches Tagungshotel
- Stimmiges, durchdachtes Design- und Lichtkonzept
- Möglichkeit für hybride Meetings (Streaming-Setups, Monitore)

Alles unter einem Dach: Checklisten

Gemeinschaft und Freizeit



- Mindestens ein Ort für informellen Austausch (Lounge, Küche, Kamin, Garten)
- Außenbereiche mit Aufenthaltsqualität (Feuerstelle, Terrasse, Wiese, Seezugang)
- Freizeitangebote vor Ort oder direkt angebunden (z. B. Yoga, Kanutour, Wanderung)
- Gemeinschaftsangebote wie Kochabende oder Bar-Abende
- Offene, vertrauensbasierte Nutzung von Räumen („offene Küche“, Bar mit Selbstbedienung)

Alles unter einem Dach: Checklisten

Verpflegung



- Vollverpflegung oder optionale Selbstversorgung/Kochmöglichkeit
- Flexible Essenszeiten & -formate (z. B. Brunch, Buffet, Dinner-Abend)
- Nachhaltige, regionale Produkte bevorzugt
- Möglichkeit, Ernährungskonzepte auf Zielgruppe abzustimmen (vegetarisch, vegan, Business-Menü)

Alles unter einem Dach: Checklisten

Gastgeberinnen/Gastgeber und Kommunikation



brandenburg

- Gastgebende mit Zielgruppenverständnis, Flexibilität und authentischer Haltung
- Professionell, herzlich, nicht aufdringlich – präsent, wenn gebraucht
- Willkommens- & Abschiedskultur als Teil des Erlebnisses
- Reibungslose Kommunikation & Erreichbarkeit (E-Mail, Telefon, ggf. WhatsApp)

Alles unter einem Dach: Checklisten

Digitale Sichtbarkeit und Buchung



- Emotionale Website mit Einblicken in Atmosphäre & Besonderheiten
- Vollständige Informationen: Zimmeranzahl, Tagungsräume, Verpflegung, Exklusivbuchung
- Online-Buchbarkeit, inkl. Gruppenanfrage-Option
- Buchungsbestätigung & Gästeinformationen digital

Alles um die Ecke: Checklisten



brandenburg

Lage und Erreichbarkeit

- Gute Verkehrsanbindung: ÖPNV, Shuttle, Taxi-Kooperation
- E-Ladesäulen, Parkplätze, Radverleih
- Gute Beschilderung & Wegweisung
- Kurze Wege zwischen Unterkunft, Meeting-Location und Freizeitangebot
- Idealerweise Ort mit eigenem Charakter (z. B. historische Kleinstadt, Naturdorf, Kurort)

Alles um die Ecke: Checklisten

Charakteristik und Rahmenbedingungen



- Natur als Kulisse – inspirierend und ruhig
- Unterkunft und Arbeitsort fußläufig voneinander entfernt (max. 10 Minuten)
- Mindestens 10 Zimmer (Einzelzimmer bevorzugt, ggf. verteilt auf mehrere Häuser)
- Hohe Sauberkeits- & Komfortstandards
- Sanitäre Qualität wie Hotelstandard
- Kombination aus individuellem Charme & professioneller Organisation
- Kooperation ist sichtbar und aktiv (gemeinsame Kommunikation, abgestimmte Abläufe)

Alles um die Ecke: Checklisten



Arbeiten und Räume

- Meeting- oder Arbeitsräume mit Atmosphäre: z. B. Scheune, Werkstatt, Café, Coworking Space
- „Wohnzimmer-Atmosphäre“ statt klassischer Tagungshotel-Atmosphäre
- Technikstandard: WLAN \geq 50 Mbit, Steckdosen, Beamer, Whiteboards
- Flexibel nutzbare Möbel & Lichtgestaltung
- Möglichkeit, Räume unterschiedlich zu kombinieren (z. B. Workshop vormittags, Dinner abends)
- Ausstattung analog „Alles unter einem Dach“ wünschenswert
- Kreative Elemente (z. B. Naturmaterialien, modulare Ausstattung)
- Stimmiges, durchdachtes Design- und Lichtkonzept

Alles um die Ecke: Checklisten



Gemeinschaft und Freizeit

- Mindestens ein Ort für informellen Austausch (z. B. Café, Garten, Werkhof, Gemeinschaftsraum)
- Freizeitangebote & Events im Ort oder über Partner, z. B. Yoga, Radtour, Kanufahrt, Dorfführung, Atelierbesuch
- Starker regionaler Bezug: lokale Produkte, Handwerk, Erlebnisse
- Community-Charakter: Begegnungen mit Einheimischen oder Kreativen möglich

Alles um die Ecke: Checklisten



brandenburg

Verpflegung

- Fußläufige Gastronomie oder Catering-Partner
- Optionale Selbstversorgung (z. B. Gruppen-Küche oder Food Box)
- Kooperation mit regionalen Produzenten & Hofläden
- Flexibilität in Essenszeiten & -formen (Lunchpaket, Buffet, Dinner)

Alles um die Ecke: Checklisten

Gastgeberinnen/Gastgeber und Koordination



brandenburg

- Zentrale Ansprechperson mit Überblick über alle beteiligten Betriebe/Partner
- Gastfreundlich, professionell, lösungsorientiert
- Unterstützung bei Planung, Logistik, Transfers und Rahmenprogrammen
- Kennt die beteiligten Betriebe persönlich und koordiniert nahtlos
- Erstellung gemeinsamer Angebote & Rechnungsstellung (wenn möglich)

Alles um die Ecke: Checklisten

Digitale Sichtbarkeit und Buchung



brandenburg

- Einheitliche, kundenorientierte Webpräsenz mit klarer Struktur
- Darstellung der Kooperation als Gesamtprodukt („Workation-Ort XY“)
- Emotionale Bildsprache & Storytelling
- Übersichtliche Informationen zu allen Bausteinen (Unterkünfte, Räume, Verpflegung, Freizeit)
- Einfache Buchbarkeit – zentral oder über eine Koordinationsstelle
- Klare Kommunikation der Verfügbarkeit und Ansprechpartner:innen

4

Umsetzung

Wie können Sie Ihre Ideen aufsetzen, testen und kommunizieren? Was können Sie konkret tun?

Aufbau: 1. Schritt

Haltung entwickeln

New Work Experiences sind kein klassisches Tagungsgeschäft. Sie leben von **Offenheit, Persönlichkeit** und einer Atmosphäre, in der **Fokus und Erholung selbstverständlich nebeneinander** existieren.

Fragen Sie sich selbst:

- Welche Werte vermittelt mein Ort – und wie spiegelt sich das im Umgang mit Gästen, Räumen und Natur wider?
- Bin ich bereit, Arbeit und Erholung in meiner Location zu verbinden und Gruppen eine inspirierende Atmosphäre zu bieten?

Aufbau: 1. Schritt

Haltung entwickeln: Checkliste

Frage	Ist dies vorhanden?	Empfehlung
Offenheit	Flexibilität für neue Formate?	Feedback von Teams einholen & lernen
Service	Zentrale Ansprechperson?	Eine Koordinationsrolle definieren
Mindset	Arbeit als Teil des Gasterlebnisses?	„Hier darf gearbeitet werden“ kommunizieren
Kooperation	Lokale Partner vorhanden?	Trainer, Outdoor-Anbieter, Caterer einbinden

Aufbau: 2. Schritt

Infrastruktur prüfen

Professionelle Angebote brauchen ein **solides, verlässliches Fundament** – keine High-End-Technik, aber Qualität und Funktionalität:

- Stabiles WLAN (innen & außen)
- Rückzugsräume für Fokusarbeit
- Flexible Gemeinschaftsräume für Workshops
- Bequeme, funktionale Ausstattung
- Unterkünfte mit Wohlfühlfaktor
- Verpflegungsmöglichkeiten oder Kooperationen mit lokalen Partnern
- Outdoor-Angebote für Bewegung und Erholung

Viele Häuser verfügen über eine gute Basis. Wichtig ist, sie gezielt auf die **Anforderungen moderner Teams** abzustimmen.

Aufbau: 2. Schritt

Infrastruktur prüfen: Checkliste

Frage	Ist dies vorhanden?	Empfehlung
WLAN	Stabiles Internet?	Mind. 50 Mbit. Bei Schwächen: Booster oder Outdoor-Router
Räume	Bereiche zum Arbeiten & Austauschen?	Raum in Zonen gliedern (Arbeit, Austausch, Entspannung), z. B. mit Teppichen, Lampen, kleinen Sitzgruppen
Räume	Ästhetische Gestaltung?	Poster, Wand-Tattoos, bunte Kissen, witzige Aufsteller, Postkarten und Mindset-Sprüche, Pflanzen
Arbeiten	Materialien für Workshops?	Materialien sichtbar und direkt nutzbar machen: z. B. mit Workshop-Caddy, Stiften, Post-its, Brown Paper
Schlaf & Erholung	Ruhige, komfortable Zimmer?	Doppelzimmer eher vermeiden, Rückzugsräume bieten
Verpflegung	Versorgung vorhanden?	Kooperation mit regionaler Küche oder Catering
Umfeld	Naturzugang?	Außenbereiche betonen/pflegen, Terrasse, Feuerstelle

Aufbau: 3. Schritt

Angebot gestalten

Erfolgreiche Angebote sind modular aufgebaut und kombinieren Arbeit + Erlebnis, unterscheiden sich aber in Ziel und Wirkung:

- **Workation für Einzelgäste** (= Work/Arbeit + Vacation/Urlaub): Unterkunft + Arbeitsumgebung + Freizeit
- **Offsite für Teams** (= Arbeitstreffen außerhalb der eigenen Arbeitsstätte): Unterkunft bevorzugt exklusiv + Arbeitsräume + Verpflegung + Rahmenprogramm
- **Retreats für Teams** (= Rückzug aus dem Alltag): Unterkunft bevorzugt exklusiv + Themenprogramm (Coaching, Yoga, Natur)

Erfolgreiche Gastgeberinnen und Gastgeber denken hierfür in **Erlebnissen**, nicht in Leistungen. Entscheidend ist, welche Wirkung der Aufenthalt entfaltet: **Klarheit, Kreativität, Gemeinschaft oder Ruhe.**

Aufbau: 3. Schritt

Angebot gestalten: Beispielreise

Zielgruppe: eher klassisch strukturiertes Unternehmen, Offsite-Fokus

- **Tag 1:** Anreise, Begrüßung, Workshop zur strategischen Ausrichtung, gemeinsames Abendessen
- **Tag 2:** Fortsetzung der Strategiebesprechung, lockere Aktivität am Nachmittag:
 - **Option A:** Kochkurs mit regionalen Zutaten & Teamaufgaben
 - **Option B:** Bogenschießen mit Anleitung – Fokus, Konzentration, Spaß
 - **Option C:** Besuch bei einer lokalen Brauerei inkl. Führung & Verkostung
Ausklang am Lagerfeuer mit Getränken und informellem Austausch
- **Tag 3:** Zusammenfassung der Ergebnisse, Feedbackrunde, Abreise

Aufbau: 3. Schritt

Angebot gestalten: Beispielreise

Zielgruppe: eher innovativ strukturiertes Unternehmen, Offsite-Fokus

- **Tag 1:** Anreise, Begrüßung, Erkundung der Umgebung (z. B. Spaziergang), gemeinsames Kochen am offenen Feuer
- **Tag 2:** Kreative Arbeitseinheit am Vormittag (z. B. Ideensammlung für neue Produktfeatures oder Teamprozesse), Mittagspause mit regionalem Picknick Entspannende Aktivität am Nachmittag:
 - **Option A:** Waldbaden mit angeleiteter Atemübung
 - **Option B:** Kreativzeit – gemeinsam malen, bauen oder Musik machen
 - **Option C:** Impulsvortrag & Austausch mit einem spannenden Gast aus der Region Abendlicher Austausch in gemütlicher Runde (z. B. Open Space oder Teamfragen im Garten)
- **Tag 3:** Kurze Reflexion, ggf. Remote-Abstimmung mit anderen Teammitgliedern, Abschlussrunde, Abreise

Aufbau: 3. Schritt

Angebot gestalten: Anforderungen für Aktivitäten

- verlässlich verfügbare Aktivitäten
- klare, kommunizierbare Preise bzw. „ab-Preise“
- einfach und schnell buchbar
- funktionsfähig für Gruppen von ca. 10–30 Personen
- klarer Bezug zu Teamprozessen (z. B. Zusammenarbeit, Strategie, Reflexion, Teamentwicklung)
- authentische Erlebnisse mit regionaler Verankerung
- Kür: Transport der regionalen Markenwerte

Aufbau: 4. Schritt

Kommunikation und Vermarktung

New Work Experiences leben von glaubwürdiger Kommunikation:

- **Storytelling:** Welche Haltung und Geschichte prägen Ihren Ort?
- **Bildsprache:** Menschen, Bewegung, Natur – keine leeren Räume
- **Kanäle:** Website, Social Media, Tourismusnetzwerk Brandenburg, spezialisierte Plattformen
- **Kooperationen:** mit Trainerinnen und Trainern, Agenturen, Unternehmen in der Region

Kommunikation bedeutet hier: **Orientierung geben, nicht versprechen.**
Teams erwarten Transparenz, Klarheit und Authentizität – keine Werbesprache.

Aufbau: 4. Schritt

Kommunikation und Vermarktung: Checkliste

Frage	Dies ist zu checken	Empfehlung
Sichtbarkeit	Wird Ihr Angebot online gefunden?	Unterseite „Arbeiten & Tagen“ anlegen
Bildsprache	Vermitteln Fotos Atmosphäre?	Menschen, Bewegung, Natur zeigen, Fokus auf das Besondere Ihrer Location
Beschreibung	Sind Angebote verständlich?	Feedback einholen, Inspiration bei anderen holen
Netzwerke	Nutzen Sie Branchenkontakte?	Tourismusnetzwerk Brandenburg, LinkedIn, (Co-)Workation- Verzeichnisse

Aufbau: 4. Schritt

Tipps für die Benennung Ihrer Angebote

Benennung:
OFFSITE

Unternehmen mit eher **innovativer**
Unternehmensstruktur
(nicht-hierarchisch, agil)
Fokus auf **zusammen arbeiten**

Benennung:
TEAM- / COMPANY-RETREAT

Unternehmen mit eher **innovativer**
Unternehmensstruktur
(nicht-hierarchisch, agil)
Fokus auf **Team-Building**

Benennung:
**TEAM-MEETING, STRATEGIE-MEETING,
STRATEGIE-KLAUSUR, ...**

Unternehmen mit eher **klassischer**
Unternehmensstruktur
(hierarchisch)
Fokus auf **zusammen arbeiten**

Benennung:
**TEAM-BUILDING,
TEAM-WORKSHOP, ...**

Unternehmen mit eher **klassischer**
Unternehmensstruktur
(hierarchisch)
Fokus auf **Team-Building**

Aufbau: 4. Schritt

Ausrichtung der Kommunikation

Zielgruppe: eher klassisch strukturierte Unternehmen

(hierarchisch, regional verankert):

- Fokus auf Struktur, Technik, klare Agenda, Referenzen
- Regionale Vertrauenspersonen und Informationsstruktur sind entscheidend

Zielgruppe: eher innovativ strukturierte Unternehmen

(Remote, agil):

- Fokus auf Atmosphäre, Design, Community-Gefühl, Flexibilität

Aufbau: 4. Schritt

Vom Interesse wecken über die Buchung zum Meeting

Phase	Ziel	Rolle der Anbieter
Inspiration	<ul style="list-style-type: none"> • Aufmerksamkeit gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sichtbar sein, Emotion wecken
Information	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen & Klarheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Fakten liefern, eigenen Stil zeigen
Buchung	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungen erleichtern 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfach & professionell sein
Meeting / vor Ort	<ul style="list-style-type: none"> • Erlebnis schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Authentisch & flexibel handeln
Nach dem Meeting	<ul style="list-style-type: none"> • Bindung & Weiterempfehlung 	<ul style="list-style-type: none"> • Beziehung halten, Feedback nutzen

Aufbau: 4. Schritt

Inspiration: Interesse wecken

- **Ziel:** „Das Thema taucht auf dem Radar auf“
- **Auslöser:** Fachartikel, Empfehlungen, LinkedIn-Post, Netzwerk-Impulse...
- **Motivation:** Wunsch nach Teamzusammenhalt, Tapetenwechsel, außergewöhnlichem Team-Meeting, Fokus...
- **Informationsquellen:** Social Media, reiseland-brandenburg.de sowie meet-brandenburg.de, Unternehmensnetzwerke, Blogs...
- **Maßnahmen für Anbieter:** Sichtbarkeit schaffen & inspirieren
→ Storytelling, Emotion, regionale Identität, Bilder von Arbeit + Natur

Kernbotschaft: „Hier kann Arbeit anders sein – produktiv, sinnstiftend und erholsam.“

Aufbau: 4. Schritt

Inspiration: Auswahl und Planung

- **Ziel:** „Wo könnten wir das machen?“
- **Aktivitäten:** Recherche zu Orten & Formaten (Workation, Offsite, Retreat)
- **Entscheidende Kriterien:** ☐ siehe KANO-Modell
 - Erreichbarkeit (1–2 Std. Entfernung)
 - Ausstattung (WLAN, Räume, Unterkunft, Verpflegung)
 - Atmosphäre (Natur, Ruhe, Design)
- **Maßnahmen für Anbieter:** Transparenz & Vertrauen schaffen
→ klare Infos zu Ausstattung, Preisen, Kapazitäten, Buchungsoptionen

Kernbotschaft: „Hier passt alles zusammen – Infrastruktur, Atmosphäre und Haltung.“

Aufbau: 4. Schritt

Buchung: Entscheidung

- **Ziel:** „Wir machen das hier.“
- **Buchung:** Meist durch eine zentrale Ansprechperson im Unternehmen (Office, HR, Teamlead)
- **Wichtige Faktoren:** unkomplizierte Buchung, passgenau für Gruppen, verlässliche Kommunikation, flexible Bedingungen
- **Maßnahmen für Anbieter:** Einfachheit & Professionalität
→ schnelle Reaktionszeit, digitale Buchbarkeit, klare Ansprechpersonen

Kernbotschaft: „Unkompliziert, persönlich und verlässlich.“

Aufbau: 4. Schritt

Meeting / vor Ort: Erlebnis

- **Ziel:** „Wie fühlt es sich an?“
- **Erwartung:** Balance aus Arbeit, Natur, Gemeinschaft & Komfort
- **Erfolgsfaktoren:** → siehe KANO-Modell
 - funktionierende Technik & Arbeitsräume
 - offene, flexible Gastgeber
 - inspirierende Umgebung & Freizeitangebote
- **Maßnahmen für Anbieter:** Atmosphäre schaffen, nicht nur Leistung bieten
→ kleine Gesten, Flexibilität, authentische Begegnung

Kernbotschaft: „Ankommen, durchatmen, gemeinsam wirken.“

Aufbau: 4. Schritt

Nach dem Meeting: Wirkung & Wiederkehr

- **Ziel:** „Das war besonders.“
- **Nachwirkung:** Teamgefühl, Klarheit, neue Energie
Potenzial für Wiederholungen & Empfehlungen (Word of Mouth, Social Media)
- **Maßnahmen für Anbieter:** Beziehung pflegen
→ Follow-up, Feedback einholen, Dankes-Mail, Einladung zu neuen Angeboten

Kernbotschaft: „Wir kommen wieder – oder empfehlen euch weiter.“

Hilfreich für die Umsetzung: Prototyping

Was ist das?

Ein Experiment (oder Prototyp) ist eine vereinfachte, risikofreie Testversion eurer Idee.

Ein Experiment ist ein **schneller, kostengünstiger Test**, um herauszufinden, ob eure Idee wirklich für eure definierte Zielgruppe funktioniert – **bevor** ihr viel Zeit und Geld investiert.

Ziel ist dabei nicht Perfektion oder das Beweisen der eigenen Annahmen, sondern **Lernen durch Ausprobieren** mit eurer Zielgruppe.

Hilfreich für die Umsetzung: Prototyping

Früh, klein, oft

Testen ist ein wesentlich für alle Schritte. Egal ob Haltung, Infrastruktur, Angebot oder Kommunikation – alles lässt sich im Kleinen ausprobieren.

Wie Sie beispielsweise testen können:

- Pilotteam einladen
- Feedback einholen (Mini-Gespräch oder Umfrage)
- Nutzung beobachten
- Angebot und Räume iterativ anpassen
- A/B-Test auf Website mit unterschiedlicher Ansprache, Fotos etc.

So entwickeln Sie Ihr Angebot Schritt für Schritt weiter – ohne großen Aufwand und mit maximalem Lerneffekt.

Mehr Infos unter:

<https://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/themen/branchen/coworking-workation>

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Babelsberger Straße 26
14473 Potsdam

