

# Insel Usedom

## Sicherer Tourismus auf der Insel Usedom nach COVID-19



USEDOM



SWINEMÜNDE  
DIE INSELN DER MÖGLICHKEITEN

USEDOM



USEDOM



Informationsbroschüre  
für die Tourismusbranche



USEDOM

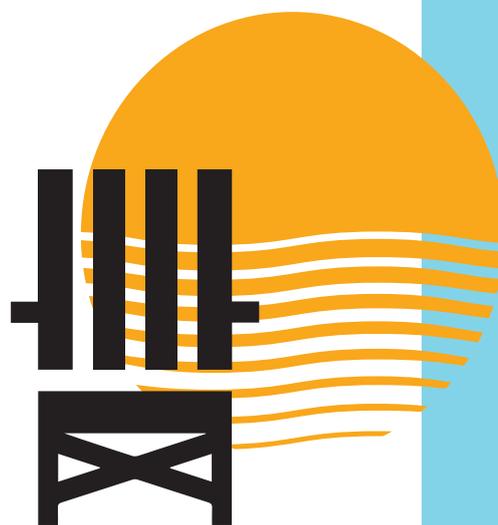






## INHALTSVERZEICHNIS

1. Insel Usedom - ein neuer Anfang .....	4
2. Wie können die Menschen veranlasst werden, zu kommen, d.h. warum gerade USEDOM? ...	4
3. Insel Usedom - ein wahrhaft internationaler Kurort an der Ostsee .....	5
4. Wie kann man sich in Zeiten der Epidemie um die Gäste kümmern? .....	6
5. Sichere Insel Usedom oder wie kann das Risiko einer Coronavirus-Infektion in unserer Einrichtung verringert werden? .....	6
6. Was tun, wenn in einem Restaurant oder Hotel Coronavirus entdeckt wird? .....	7
7. 10 Tipps - wie Sie Ihre eigene Marke fördern können, d.h. wie kann man Umsätze erhöhen? ..	8
8. Social Media - wofür und für wen? .....	9
9. Wichtige Telefonnummern .....	9





## INSEL USEDOM - EIN NEUER ANFANG

Die Insel Usedom arbeitet seit vielen Jahren für ihren Erfolg. Sowohl Vertreter der Tourismus- als auch der Gastronomiebranche haben den größten Teil ihres Lebens dem Aufbau eigener Marken und Unternehmen gewidmet. Durch den Aufbau ihrer Unternehmen haben sie die Stadt mitentwickelt und gemeinsame Zielstellungen - über einen weltweiten Kurort voller glücklicher Touristen - umgesetzt. Über einen Ort, wo man Erholung und Regeneration finden kann. Das musste funktionieren. Die Insel Usedom verfügt nämlich über große Möglichkeiten. Mit dem breitesten Strand an der Ostsee, dem grenzüberschreitenden Gebiet, auf dem viele natürliche und historische Sehenswürdigkeiten zu finden sind, ist die Insel zu einem der meistbesuchten Orte an der Küste geworden. In den letzten rund zehn Jahren sind hier neue Hotels, Pensionen, Sommerhäuser, Ferienbauernhöfe, Restaurants und Cafés entstanden. Es wurden moderne touristische Einrichtungen gebaut. Es wird für den höchsten Servicestandard gesorgt. Daneben sind Parkanlagen modernisiert, Fußgängerboulevards errichtet sowie ein weitläufiges Radwegenetz eingerichtet worden. Damit ist ein Kurort entstanden, der internationales Renommee genießt. Wir haben ihn dank harter Arbeit, die uns jedoch Freude und Genugtuung verschaffte, gemeinsam entwickelt.

Die schwierige Situation, in der sich die ganze Welt befindet, hat vor unserer Insel nicht Halt gemacht. Wir haben

uns an die neuen Umstände angepasst. Wir haben im Laufe der Jahre ein solides Fundament geschaffen. Es gibt hier immer noch einen wunderschönen Strand, zahlreiche Touristenattraktionen und Unterkünfte, die auf Touristen aus aller Welt warten. Heute wissen wir, dass wir wie nie zuvor zusammenarbeiten müssen. Das Wichtigste für uns ist die Sicherheit und der Komfort unserer Gäste. Wir haben unsere Einrichtungen für den Tourismus in außergewöhnlichen neuen Zeiten vorbereitet.

Jeder ist bei uns willkommen. Wir setzen auf europäische Standards und auf ein Angebot, das jeden Besucher zufriedenstellen wird.

Die größte Herausforderung für die Tourismusbranche besteht darin, Touristen davon zu überzeugen, dass Sie sicher reisen können. Die Anregung des Tourismus ist eine zentrale Herausforderung für die lokale Wirtschaft und damit für die Gemeinden auf der Insel Usedom, die ihre Entwicklung darauf aufbauen.

Unser gemeinsames Ziel ist es, polnische und deutsche Touristen davon zu überzeugen, dass es möglich ist, sichere Erholung zu finden.

## WIE KÖNNEN DIE MENSCHEN VERANLASST WERDEN, ZU KOMMEN, D.H. WARUM GERADE USEDOM?

**Usedom ist eine Küsteninsel in der Ostsee, auf der sich die Gebiete zweier Länder befinden - Deutschlands und Polens. Auf der Insel gibt es zahlreiche Ferien- und Kurorte. Sowohl im polnischen als auch im deutschen Teil der Insel gibt es zahlreiche Attraktionen, unter denen jeder etwas für sich finden wird.**



**Usedom umfasst über 40 Kilometer an breiten und sandigen Stränden.**

Hinzu kommen die **Kaiserbäder** Ahlbeck, Heringsdorf und Bansin, wo wunderschöne Sommervillen, Strandpromenaden und Seebrücken zu finden sind, die direkt ins Meer führen. Darüber hinaus herrschen hier ein mildes Klima und mit Jod gesättigte, stark salzhaltige Luft.



**Die Insel Usedom ist ein Kurort** - perfekt für Erholung und Stärkung immunologischer Abwehrkräfte. Attraktive Hotels und Kurhäuser, Wellness- und SPA-Angebote, Gradierwerke und qualifiziertes Personal bestehend u. a. aus Physiotherapeuten und Masseuren sorgen für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Urlauber.





4.

**Ein Paradies für Naturliebhaber.** Dazu gehören der Landschaftspark der Insel Usedom, der Kölpinsee sowie der von Wäldern umgebene Wolgastsee.

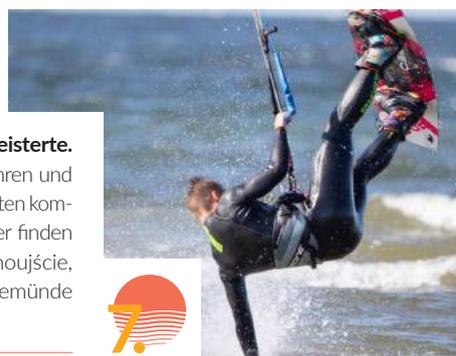
**Usedom ist eine Festung auf Inseln!** Die Festung Engelsburg und die Festung Westbatterie stellen einzigartige Denkmäler im europäischen Maßstab dar. Der Festungsweg führt uns zu historisch und naturlandschaftlich einzigartigen Stellen!

5.



6.

Die Insel wird auch als **Sonneninsel** bezeichnet, da von allen Orten an der Ostsee gerade hier der Tag am längsten dauert und das Wasser am wärmsten ist.



7.

**Ein idealer Ort für Sportbegeisterte.**

Fans von Golf, Segeln, Kanufahren und Angeln werden hier auf ihre Kosten kommen. Kitesurfer und Windsurfer finden großartige Surfspots in Świnoujście, Kamminke, Karlshagen, Peenemünde und Ückeritz.

## INSEL USEDOM - EIN WAHRHAFT INTERNATIONALER KURORT AN DER OSTSEE

Von den Besonderheiten des deutschen Teils der Insel Usedom sowie Ferien in der Zeit von COVID-19 erzählt Thomas Heilmann, Kurdirektor bei Kaiserbäder Insel Usedom.

- 1. Usedom ist ein internationaler baltischer Kurort. Was zeigt die Einzigartigkeit der Insel und was genau bietet sie den Touristen?**  
Stellen Sie sich vor, Sie flanieren auf kaiserlichen Spuren die Strandpromenade entlang, auf der einen Seite die prachtvoll restaurierten Villen und auf der anderen Seite das endlos weite Meer. Die Menschen sind herzlich, die Architektur ist einzigartig, die Natur ist ursprünglich, das Freizeitangebot ist facettenreich und die Gaumenfreuden sind vielfältig.
- 2. Die schönsten Orte auf dem deutschen Teil der Insel Usedom, was heißt das?**  
In den Kaiserbädern ist der Glanz einst mondäner Zeiten noch heute spürbar. Wenn die Sonne glutrot aus dem Meer aufsteigt, taucht sie nicht nur die reich verzierten Fassaden der Villen und Residenzen in goldenes Licht, auch die Grande Dame, die Seebrücke Ahlbeck, erstrahlt dann in ihrer weißen Schlichtheit am würdevollsten. Trotz, oder gerade wegen ihres stolzen Alters von über 120 Jahren, ist sie das wohl beliebteste Fotomotiv der Insel. Während einem am Meer der warme Sandstrand zu Füßen liegt und sich einem die Weite in den Blick legt, ist das Hinterland durch grüne Wälder, verträumte Dörfer und einer weitläufigen Seenlandschaft geprägt.
- 3. Usedom - ist dieser Ort für alle? Welcher Tourist findet hier sein Urlaubsziel?**  
Ob Einzelgänger oder Familienurlaub, ob Großeltern oder Kinder, ob Wassersport oder Wandern, die Insel hat für jeden Geschmack und jede Fassung so einiges zu bieten.
- 4. Wie wird der diesjährige Urlaub auf der Insel aussehen und wie würden Sie andere ermutigen, diese Region zu besuchen?**  
In Zeiten von Corona gehen die Gesundheit und Sicherheit vor. Die Gastgeber sind auf eine Saison unter Berücksichtigung gestiegener Hygienevorschriften vorbereitet und die Gäste bekommen einen Leitfaden für die grundsätzlichen Sicherheitsstandards an die Hand.  
  
Wir schauen auf eine herausfordernde Zeit zurück, die das öffentliche Leben zum Stillstand brachte. Daher freuen wir uns nun umso mehr, die Pforten wieder öffnen zu dürfen. Musik im Sand, Bilder im Meer oder Varieté unter Sternen – in den Kaiserbädern zeigen sich die Bretter, die die Welt bedeuten, nun wieder in vielen Variationen und Facetten.





## WIE KANN MAN SICH IN ZEITEN DER EPIDEMIE UM DIE GÄSTE KÜMMERN?

Die fast zwei Monate langwährende Isolation, der wir im Frühling ausgesetzt waren, hat bewirkt, dass wir uns alle nach Normalität sehnen. Wie sich der Urlaub nach März und April 2020 von früheren Urlaubszeiten unterscheidet und wie man sich während einer Epidemie um das psychische Wohlbefinden der Gäste kümmern kann - erklärt die Psychologin Elżbieta Tkaczyszyn-Mika.

**Wenn man sich einer echten Angst gegenüber sieht - der Angst vor dem Coronavirus - ist es aus psychologischer Sicht sehr wichtig, dass wir das Gefühl der Kontrolle aufrechterhalten. Was können Hoteliers und Gastronomen tun, damit sich die Gäste so sicher wie möglich fühlen?**

Hoteliers und Gastronomen sollten ihren Gästen zunächst die Einhaltung der empfohlenen Sicherheitsregeln ermöglichen. Wenn die Gäste feststellen, dass sich am Eingang des Hotelrestaurants ein Händedesinfektionsmittel befindet und die Abstände zwischen den Tischen beim Servieren der Mahlzeiten eingehalten werden, fühlen sie sich sicherer. Das Wort „sicherer“ ist hier kein Zufall, weil man seine Angst nicht vollständig loswerden kann. Man könnte sogar weiter gehen und sagen, dass wir Angst bis zu einem gewissen Grad brauchen. Sie ist eine Art Informationsträger über eine potenzielle Gefahr. Wir haben Angst und sind daher motiviert, die erhöhten Hygieneregeln einzuhalten. Das Verhalten der Hotel- und Restaurantmitarbeiter ist ebenfalls wichtig. Die Einhaltung von Verfahren wie Händewaschen oder Tragen von Schutzkleidung ist auch in den Augen der Besucher eine Sicherheitsstrategie.

**In einem Hotel oder Restaurant ist es einfacher, einen erhöhten Hygienestandard aufrechtzuerhalten. Aber was ist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, die Touristen in den Ferien benutzen? Ist es möglich, den öffentlichen Nahverkehr so anzupassen, dass man keine Angst zu haben braucht? Wenn ja, wie soll er aussehen?**

Im Falle des öffentlichen Verkehrs ist es tatsächlich schwieriger, Sicherheitsvorschriften durchzusetzen, da es schwieriger ist, die Fahrgäste zu kontrollieren. Hier erinnere ich mich an die Geschichte meiner Freundin, die kürzlich eine 70-jährige Frau ohne Maske im Bus angetroffen hat. Sie fragte die ältere Frau sofort, warum sie ihre Nase und ihren Mund nicht bedeckte, worauf diese antwortete, dass sie genug Zeit auf dieser Welt verlebt habe, weshalb sie keine Angst vor dem Coronavirus habe. Ich denke, dass das Hauptproblem im Fall des öffentlichen Nah-

verkehrs die Aufklärung der Fahrgäste ist. Touristen, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen, sollten sich der Verantwortung für andere Menschen, ihre Gesundheit und ihr Leben bewusst sein. Die Tatsache, dass ich keine Angst vor dem Coronavirus habe, bedeutet nicht, dass ich keine Maske tragen und andere infizieren sollte. Um auf die Frage zurückzukommen - einer angstfreien Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel geht eine verantwortungsvolle Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel voraus.

**Es gibt solche Menschen, wie die oben erwähnte 70-jährige Frau, die die Gefahren herunterspielen werden. Es gibt jedoch diejenigen, die sie überschätzen werden. Wie kann man mit negativen Emotionen umgehen und sie nicht befeuern?**

In erster Linie müssen wir akzeptieren, dass Angst ein natürlicher Teil unseres Lebens ist. Ohne Angst hätten wir als Spezies nicht überlebt. Evolutionär war es diese Emotion eben, die uns dazu veranlasste, in den „Kampf- oder Fluchtmodus“ zu schalten und den Körper physiologisch auf die Wahl der richtigen Strategie vorbereitete. Es lohnt sich zu erkennen, dass Emotionen nicht töten. Untersuchungen zeigen, dass wir mit Emotionen besser umgehen, wenn wir uns erlauben, sie zu benennen und zu erleben. Es ist sozusagen ein Prozess der Wahrnehmung von Emotionen. Dies ist ein sehr wichtiger Prozess, den es sich lohnt zu beherrschen. Das Problem sind normalerweise nicht die Emotionen selbst, sondern die nicht adaptive Versuche, mit ihnen mittels Konsum von Alkohol oder anderen Drogen umzugehen. Wenn wir während des Urlaubs vermehrt Unruhe empfinden, sollten wir versuchen, die Gründe für dieses Unruhegefühl zu benennen, darüber nachzudenken, was es verursacht hat, und Aktivitäten durchzuführen, die uns helfen, konstruktiv damit umzugehen. Als Beispiele für solche Verhaltensweisen im Urlaub seien hier etwa das morgendliche Joggen am Meer, ein gemeinsames Essen mit der Familie oder das einsame Belauschen der Natur genannt.

## SICHERE INSEL USEDOM ODER WIE KANN DAS RISIKO EINER CORONAVIRUS-INFEKTION IN UNSERER EINRICHTUNG VERRINGERT WERDEN?



Stellen Sie Händedesinfektionsmittelspender in Ihrer Einrichtung auf - insbesondere an den Eingängen, im Empfangsbereich, am Eingang zu den Aufzügen und in Toiletten.



Hängen Sie in Sanitärräumen Anweisungen zum Händewaschen, Ausziehen und Anziehen von Handschuhen, Entfernen und Anziehen einer Maske und neben Desinfektionsmittelspendern Anweisungen zum ordnungsgemäßen Desinfizieren von Händen aus.

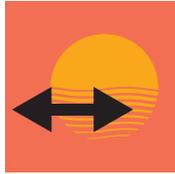




Minimieren Sie die Zeit, die Ihr Gast an der Rezeption verbringt.



Desinfizieren Sie allgemein zugängliche Ausrüstungsgegenstände nach jedem Gebrauch durch die Gäste.



Wahren Sie entsprechende Sicherheitsabstände von 1,5 m.



Lüften Sie regelmäßig die von den Gästen genutzten Räume.

## WAS TUN, WENN IN EINEM RESTAURANT ODER HOTEL CORONAVIRUS ENTDECKT WIRD?

Wie sollen wir vorgehen, wenn in einem Hotel / Restaurant oder einer anderen Einrichtung die Gefährdung durch Coronavirus eintritt? Wie soll kommuniziert werden, um eine Krise zu vermeiden? Es sind zweierlei Arten von Maßnahmen zu treffen, solche, die uns auf eine mögliche Situation vorbereiten und solche, die im Ernstfall implementiert werden sollen.

### Bevor etwas passiert:

- 1. Medienüberwachung** - eine Aktivität, die uns vor einer möglichen Krise schützen kann. Wir sind in der Lage, die im Internet über uns angezeigten Inhalte zu kontrollieren, angemessen darauf zu reagieren und mögliche Krisen zu verhindern. Es gibt viele Instrumente, die helfen, dies zu bewerkstelligen. Eines von ihnen ist z. B. Google Alerts.
- 2. Vorbereitung der Mitarbeiter** - Unabhängig von einer möglichen Krisensituation lohnt es sich, einige wahrscheinliche Szenarien anzunehmen. Anschließend sollten die Mitarbeiter darauf vorbereitet werden, damit sie sich der Ernsthaftigkeit der Situation bewusst sind und wissen, wie sie reagieren sollen. Es lohnt sich, ein Vorbereitungstreffen zu organisieren, damit jeder weiß, wie er sich verhalten soll.
- 3. Vertragliche Bestimmungen** - der Arbeitgeber hat das Recht, sich um sein Image und seinen Ruf zu kümmern. Es sollte die Abstimmung entsprechender gesetzlicher Regelungen zu Themen in Erwägung gezogen werden, die die Mitarbeiter außerhalb der Arbeit nicht ansprechen sollten.
- 4. Benennung einer Person oder eines Teams**, die für die Überwachung und Kommunikation verantwortlich sind - es ist wichtig, dass die ausgehenden Stellungnahmen kohärent sind. Um Verwirrung zu vermeiden, sollten entsprechende dafür verantwortliche Personen benannt werden. Nur entsprechend bevollmächtigte Personen sollten Kontakt zu Kunden und Medien halten.
- 5. Festlegung spezifischer Regeln**, interner Verfahren und Verhaltensregeln während des Coronavirus. Vorbereitung entsprechender Dokumente, die alle Mitarbeiter unterschreiben müssen.
- 6. Entwicklung von Informationspaketen zu Telefonnummern**, die bei Krankheit kontaktiert werden können, Transport von Patienten und Informationen für Touristen.

### Beim Auftreten möglicher Krankheitsfälle innerhalb der Einrichtung:

- 1. Ruhe behalten**, nicht voreilig oder emotional reagieren.
- 2. Zusammenkunft des Krisenmanagementteams**. Aufnahme von Handlungen, Festlegung von Verfahrensweisen.
- 3. Ausarbeitung der Stellungnahme**. Ihr Mangel wird von den Medien sofort bemerkt. Man sollte eine unbequeme Tatsache nicht verbergen.
- 4. Benennung einer Person, die für die Kommunikation verantwortlich ist**. Es lohnt sich, ihr zuvor einen Kurs im Bereich Präsentation, Stressbewältigungstechniken oder Auftreten vor der Kamera angedeihen zu lassen, damit sie so gut wie möglich vorbereitet ist.
- 5. Wir beginnen die Kommunikation von innen heraus**. Wir informieren zunächst die Mitarbeiter, dann die Kunden. Kunden sollten nicht über Krankheitsfälle in der Einrichtung zuerst von den Medien erfahren.
- 6. Die Botschaften, die wir herausgeben, sollten sparsam, einfühlsam und vorsichtig sein**. Wir kommunizieren offiziell nur die Fakten. Dabei soll unterstrichen werden, dass die Gesundheit und Sicherheit der Gäste oberste Priorität haben.
- 7. Wir vermeiden Personalformen in der Kommunikation**. Wir sagen nicht ich, wir, unsere. Wir betonen nicht den Namen unserer Einrichtung, wir heben unser Logo nicht hervor. Wir vermeiden emotionale Töne in Aussagen.





## 10 TIPPS - WIE SIE IHRE EIGENE MARKE FÖRDERN KÖNNEN, D.H. WIE KANN MAN UMSÄTZE ERHÖHEN?

Die größte Herausforderung für die Tourismusbranche besteht darin, Touristen davon zu überzeugen, dass sie sichere Erholung finden können. Wie kann die Marke der Einrichtung, der Branche oder der Stadt öffentlichkeitswirksam gefördert und Touristen angezogen werden?

1. Führen Sie ein Geschäft? Erstellen Sie Ihren Google Maps-Eintrag.
2. Setzen Sie auf Präsenz in sozialen Medien und regelmäßige und wertvolle Kommunikation mit der Gruppe der Empfänger Ihrer Botschaften.
3. Investieren Sie in bezahlte Werbeformen auf Facebook und Instagram, mit denen Sie mit Ihrem Angebot unabhängig vom Standort neue Nutzer erreichen können!
4. Rufen Sie sich bei denen in Erinnerung, die Ihre Dienste bereits genutzt haben. Setzen Sie auf Mailingsaktionen - Informieren Sie über aktuelle Rabatte und Aktionen. Zeigen Sie, warum man Ihre Marke wählen soll.
5. Überwachen Sie Trends und die Situation im Netz. Möchten Sie wissen, was andere über Sie sagen? Führen Sie Google Alerts ein oder nutzen Sie Medienmonitoringdienste, z. B. Brand24.
6. Überwachen Sie die Aktivitäten auf Ihrer Website mithilfe von Google Analytics. Auf diese Weise erfahren Sie, wer die Besucher sind, wie ihre Demografie ist, woher sie kommen und welche Inhalte sie am interessantesten finden.
7. Führen Sie bezahlte Werbekampagnen auf Facebook durch - vergessen Sie nicht, auf Ihrer Webseite sog. PIXEL zu implementieren. Dadurch werden Besucher der Domain Ihre Werbeanzeigen sehen können.
8. Werden Sie auch in traditionellen Medien aktiv. Selbst mit einem kleineren Budget können Sie Radiowerbung oder Werbung in der Presse ausprobieren.
9. Wenn Sie sich in der Google-Suchmaschine positionieren, können andere Ihr Unternehmen sehen.
10. Überwachen Sie die Aktivitäten Ihrer Konkurrenten, damit sind Sie Anderen immer einen Schritt voraus.



## SOCIAL MEDIA - WOFÜR UND FÜR WEN?



Die dynamisch wachsende Zahl von Social-Media-Nutzern führt dazu, dass ihr Potenzial zum Aufbau eines Markenimages nicht nur von großen Unternehmen, sondern auch von kleineren Unternehmen wahrgenommen wird. Wenn man ein breites Publikum erreichen und Kontakt mit ihm aufnehmen kann, ist es möglich, sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Darüber hinaus können wir mit unseren Markenbotschaften eine streng ausgewählte Gruppe erreichen und so den Umsatz und die Beliebtheit der angebotenen Dienstleistungen und Produkte steigern, ohne über große Werbebudgets zu verfügen.

Soziale Medien sind ein großartiger Ort der Werbung für Städte, Hotels, Restaurants und weit gefasste Dienstleistungen. Eine richtig entwickelte Kommunikationsstrategie und die Auswahl von Plattformen werden zu einem erhöhten Interesse und zum Aufbau engagierter Markenempfänger führen.

## WICHTIGE TELEFONNUMMERN

**Gesundheitsamt**  
03834 87602401

**Bereitschaftsdienst**  
116, 117

**Rettungsleitstelle**  
112

**Die neuesten Informationen  
und Empfehlungen zum Coronavirus  
finden Sie unter**  
[corona.kreis-vg.de](https://corona.kreis-vg.de)

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[usedom.com.pl](https://usedom.com.pl) und [visit.swinoujscie.pl](https://visit.swinoujscie.pl)

Das Projekt „Kampagne zur Förderung des sicheren Tourismus auf der Insel Usedom nach der Covid-19-Pandemie“ wird von der Europäischen Union aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und dem Staatshaushalt kofinanziert (Fonds für kleine Projekte im Rahmen des Kooperationsprogramms Interreg VA Mecklenburg-Vorpommern / Brandenburg / Polen in der Euroregion Pommern).









**SWINEMÜNDE**  
DIE INSELN DER MÖGLICHKEITEN



USEDOM



USEDOM



USEDOM



USEDOM

