Workation im Landtourismus

Wenn Gäste dort mobil arbeiten, wo andere Urlaub machen

Tobias Kremkau · CoWorkLand eG · 10. Juni 2026

CoWorkLand

Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V.
FÖL
Mehr Bio in Stadt und Land

Agenda: vom Trend zum testbaren Angebot

- Warum Workation für den Landtourismus relevant wird
- Was Workation ist – und was es nicht ist
- Zielgruppen, Nachfrage und Chancen in Brandenburg
- Drei Beispiele für Workation aus Brandenburg
- Voraussetzungen: Infrastruktur, Räume, Service
- Angebote entwickeln, vermarkten und klein testen

Leitfrage: Passt Workation zu meinem Betrieb – und welcher erste Schritt ist realistisch?

Ihr Referent: Tobias Kremkau

- Berater und Experte der CoWorkLand eG für Coworking, mobiles Arbeiten und ländliche Innovationsorte.
- Begleitung von Kommunen, Netzwerken und Betreiber*innen beim Aufbau tragfähiger Arbeitsorte.
- Erfahrung aus der operativen Leitung von Coworking Spaces sowie aus Konzeptions- und Beratungsprojekten.
- Schwerpunkt: Geschäftsmodelle, Netzwerke und Angebote jenseits urbaner Blaupausen.

Bild: CoWorkLand

Warum Workation relevant ist

- Arbeit ist für viele Menschen nicht mehr an einen festen Arbeitsort gebunden.
- Reisen verschiebt sich: längere Aufenthalte, mehr Nebensaison, stärkere Verbindung von Alltag und Urlaub (aber keine Vermischung!).
- Ländliche Räume bieten genau das, was viele mobile Arbeitende aus den Großstädten aktiv suchen: Ruhe, Natur und Abstand.
- Für Betriebe entsteht dadurch ein neuer Nutzungsanlass parallel zum Urlaub.

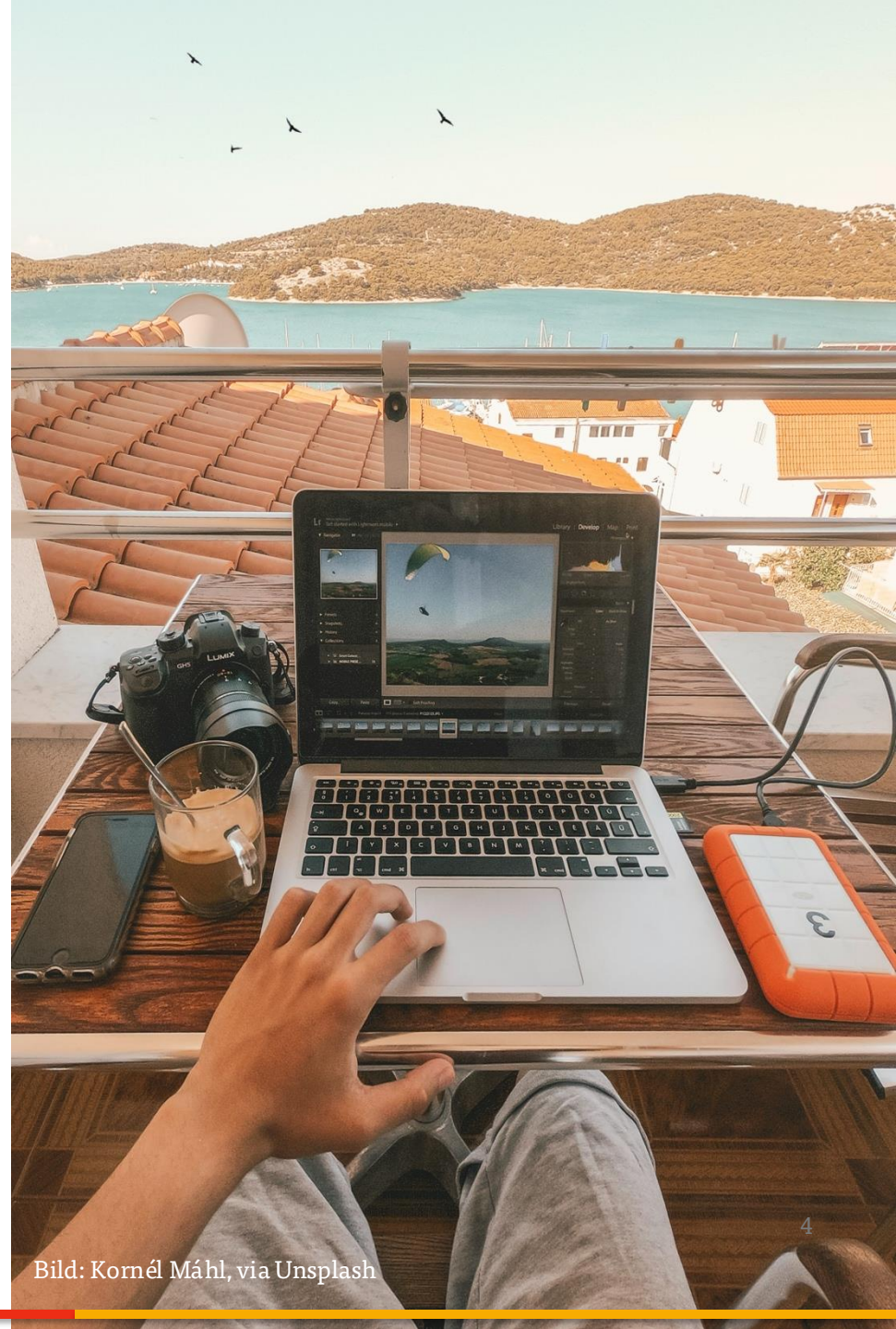

Bild: Kornél Máhl, via Unsplash

Was Workation eigentlich ist

- Workation verbindet konzentriertes Arbeiten mit Erholung, Ortswechsel und regionalem Aufenthaltserlebnis.
- Sie ist weder klassische Geschäftsreise noch reiner Urlaub, sondern hybrider Aufenthalt.
- Die Spannbreite reicht vom verlängerten Wochenende bis zum mehrwöchigen Arbeitsaufenthalt.
- Wer arbeiten muss, braucht Bedingungen, auf die er sich verlassen kann.

Bild: Emilio Geremia, via Unsplash

Verschiedene Workation-Konzepte

- Einzelgäste verlängern ihren Aufenthalt und arbeiten einzelne Tage vor Ort.
- Paare und Familien kombinieren Arbeit, Betreuung, Natur und Erholung.
- Teams nutzen ländliche Orte für Projektarbeit, Strategie –> Offsites oder Retreats.
- Für Betriebe ist wichtig: Nicht jedes Konzept passt zu jedem Haus – die Auswahl muss zum Standort passen.

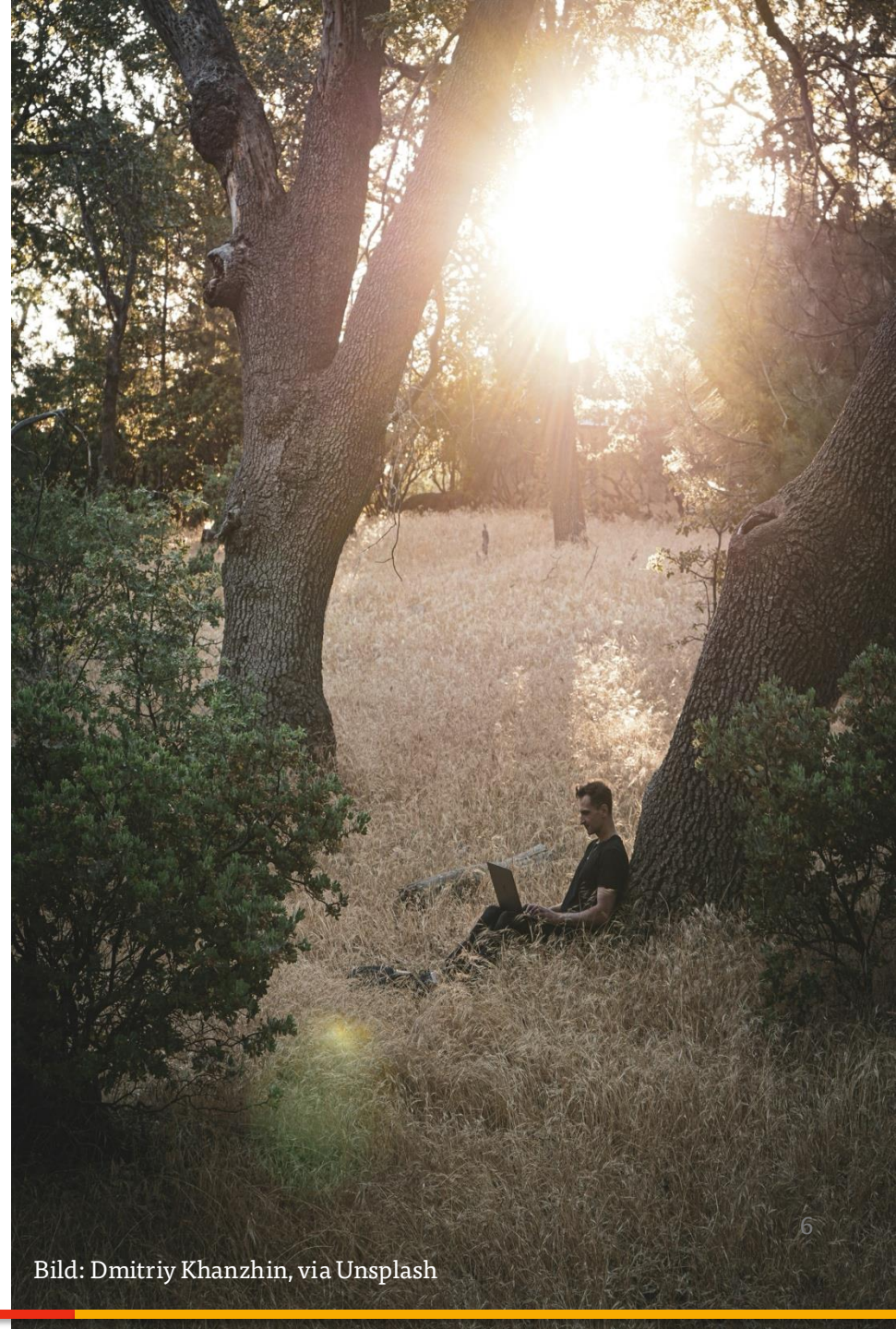

Bild: Dmitriy Khanzhin, via Unsplash

Wer ist die Zielgruppe?

- Remote- und Hybrid-Arbeitende aus urbanen Räumen, besonders aus den Metropolen.
- Selbstständige, Kreative, Berater*innen und Wissensarbeiter*innen mit *Laptop-Tätigkeiten*.
- Kleine Teams, die konzentriert arbeiten und zugleich Abstand vom Büroalltag suchen.
- Gäste mit hoher Erwartung an digitale Verlässlichkeit und zugleich großem Interesse an regionaler Qualität und einem *Tapetenwechsel*.

Bild: bram naus, via Unsplash

Was Workation-Gäste erwarten

- Ein stabiles, schnelles Internet ist eine Grundvoraussetzung – wie Luft zum Atmen.
- Ruhige Arbeitsplätze, gutes Licht, Steckdosen und Möglichkeiten für Videokonferenzen müssen vorhanden sein.
- Das Aufenthaltserlebnis bleibt wichtig: Natur, Essen, regionale Angebote und Atmosphäre entscheiden mit.
- Kommunikation muss präzise sein: lieber ehrliche Angaben als vage Versprechen.

Bild: via Unsplash

Voraussetzungen in Brandenburg

- Die Nähe zu Berlin schafft eine große potenzielle Zielgruppe, ohne dass lange Anreisezeiten entstehen.
- Seen, Wälder, Dörfer, Höfe und Kleinstädte bieten starke Bilder für produktive Auszeiten.
- Viele Betriebe suchen Wege, Nebensaison und Wochenmitte besser auszulasten.
- Workation kann touristische, regionale und digitale Standortentwicklung miteinander verbinden.

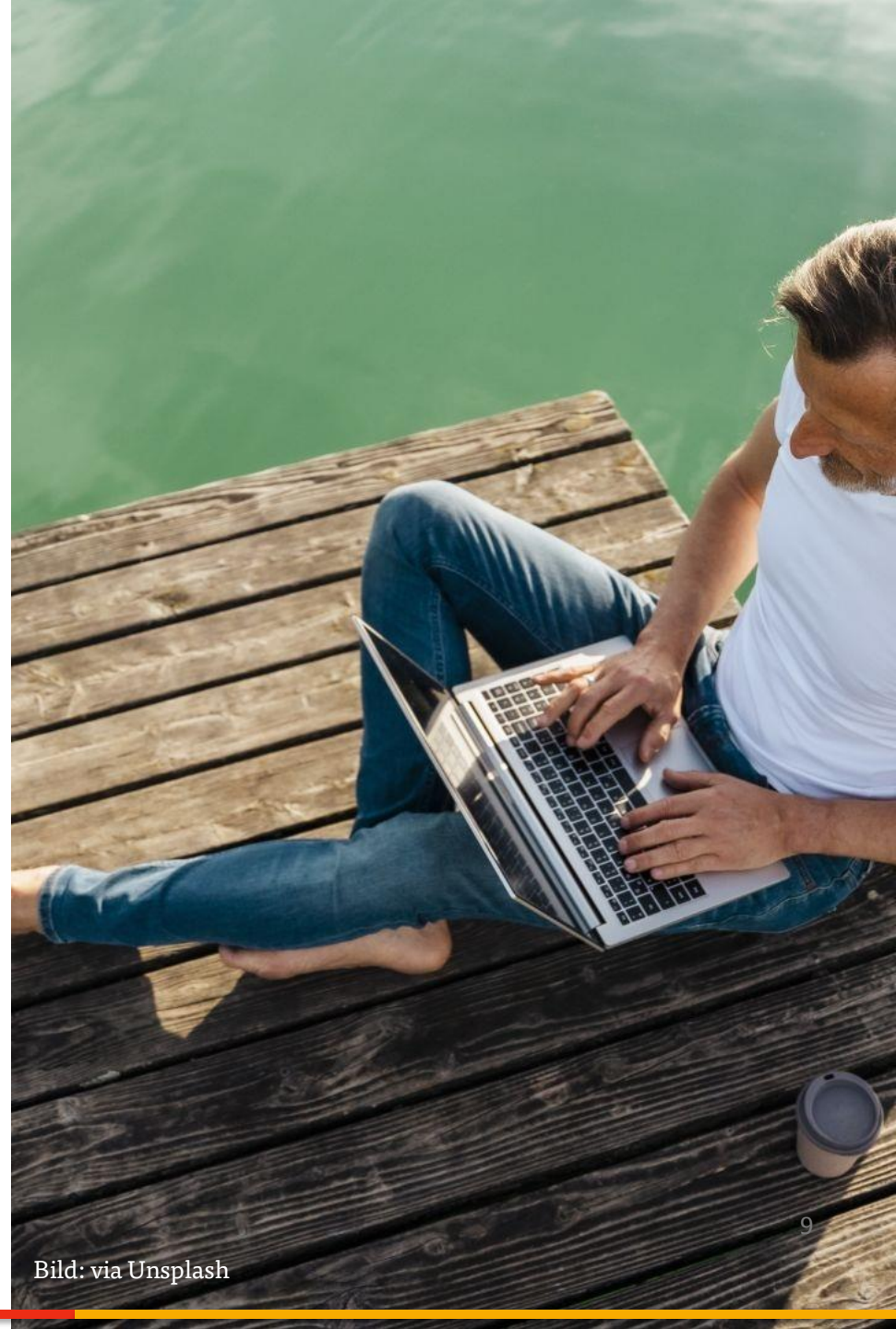

Bild: via Unsplash

Wie groß ist die Nachfrage?

- Die Nachfrage ist real, aber sie verteilt sich nicht automatisch auf jedes Angebot.
- Entscheidend sind Sichtbarkeit, Erreichbarkeit, Ausstattung und eine klar erkennbare Zielgruppe.
- Betriebe sollten nicht mit maximaler Auslastung planen, sondern mit Testphasen und lernender Angebotsentwicklung.
- Die beste Marktforschung ist oft ein kleines, konkret buchbares Pilotangebot.

Bild: Shane Rounce, via Unsplash

Ort 1: CoCoNat, Klein Glien

- Verbindung von Coworking, Coliving, Unterkunft, Retreats, Events und Naturerlebnis.
- Professionelle Arbeitsinfrastruktur: schnelles Internet, Indoor- und Outdoor-Arbeitsplätze, Meetingräume und Eventflächen sowie Kneipe.
- Zielgruppen: Remote Worker*innen, digitale Nomad*innen, Teams, Unternehmen, Kreative und Gründer*innen sowie Einheimische.
- Lernpunkt: Workation wird hier als eigenständiges Betriebskonzept gedacht – mit Community, Aufenthaltsqualität und Natur.

COCONAT.
A WORKATION RETREAT

Keine Auflistung der einzelnen Angebote.

Ort 2: Project June, Jüterbog

- Hotel- und Eventcampus für Workation, Offsites, Retreats, Workshops, Familie, Sport und regionale Kulinarik.
- Verbindung von Coworking, Erholung, Freizeit und hochwertiger Aufenthaltsqualität.
- Nachhaltiges Profil: klimaneutraler bzw. CO_2-positiv positionierter Hof mit Fokus auf Energieeffizienz und Regionalität.
- *Lernpunkt*: Besonders stark für Unternehmen und Teams, weil Workation hier als ein professionelles Retreat-Angebot gedacht wird.

Keine Auflistung der einzelnen Angebote.

Ort 3: Haeven, Stepenitz

- Workation-, Coworking- und Rückzugsort auf dem Gelände des Klosterstifts Marienfließ.
- Verbindung von Arbeiten, Übernachten, Gemeinschaft, Natur und spiritueller Auszeit.
- Professionelle Infrastruktur zum Arbeiten: Coworking-, Meeting- und Workshopräume.
- Coliving-Angebot mit Zimmern, Selbstversorgerküche und buchbaren Gruppenbereichen.
- *Lernpunkt*: Workation wirkt hier als kuratiertes Gesamtangebot – nicht nur als ein Zusatzlabel.

ALTES PFARRHAUS
HAEVN
ANKOMMEN - GESTALTEN - VERWEILEN
MARIENFLIESS

Keine Auflistung der einzelnen Angebote.

Ort 4: Alte Schule, Letschin

- Coworking- und DigiCampus in einer ehemaligen Schule im ländlichen Oderbruch
- Kombination aus flexiblen Schreibtischen, Meetingraum, Einzelbüros und Makerspace
- Workation-nahes Angebot durch Caravan-Stellplätze, 24/7-Zugang nach Absprache und touristische Erlebnisse im Oderbruch
- Lernpunkt: Für Workation muss Arbeits-infrastruktur, Freizeitangebote und Über-nachtung zusammengedacht werden.

Schreibtisch ab 5 Euro. | Stellplatz ab 25 Euro.

Ort 5: Naturerlebnishof Helle, Thumby

- Biohof nahe Ostsee und Schlei mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Permakultur und Naturerleben.
- Workation-Angebot mit Arbeitsplätzen, ruhiger Umgebung und Unterkünften direkt am Hof.
- Breite Auswahl: Ferienwohnungen, Einzel-zimmer, Tinyhouse und Gästehaus.
- Ergänzende Angebote für Teams: Firmenevents, regionale Verpflegung, Natur- und Nachhaltigkeitsprogramme
- Lernpunkt: Workation wird hier glaubwürdig aus dem bestehenden Profil entwickelt.

NATUR ERLEBNIS HOF Helle

Einzelzimmer für 3 Nächte ab 240 Euro.

Voraussetzungen im Betrieb

- Internet: stabil, schnell, getestet und transparent kommuniziert.
- Räume müssen urban/modern, ruhig, hell, komfortabel sein, sowie mit Arbeitsplätzen und Rückzugsmöglichkeiten ausgestattet.
- Service: klare Anreiseinformationen, Wahl aus Verpflegung und Selbstverpflegung, einfache Buchung und schnelle Hilfe bei Problemen.
- Umfeld: attraktive Pausen, regionale Erlebnisse, kulturelle oder gastronomische Angebote und auch gute Anschlussmöglichkeiten vor Ort.

Bild: Annie Spratt

Vom Zimmer zum Angebot

- Workation entsteht nicht durch WLAN allein, sondern durch ein stimmiges Paket aus Arbeit, Aufenthalt und Erlebnis in der Freizeit.
- Mögliche Bausteine: Workation-Woche, Midweek-Paket, Teamtage, Retreat, Kooperation mit Berliner Coworking Spaces.
- Preise sollten Aufenthaltsdauer, Arbeits-infrastruktur und Zusatzleistungen nachvollziehbar abbilden.
- Klein starten ist sinnvoller als ein großer Wurf ohne getestete Nachfrage.

Bild: Brittany Bendabout, via Unsplash

Schritt für Schritt vorgehen

1. Infrastruktur prüfen: Internet/Empfang, Arbeitsplätze, ruhige Zonen, Unterkunft.
2. Zielgruppe auswählen: Einzelgäste, Familien, Teams oder Unternehmen.
3. Testangebot formulieren: klar, buchbar, zeitlich begrenzt.
4. Erfahrungen auswerten und Angebot nachschärfen.

Bild: Hayley Murray, via Unsplash

Empfehlungen zur Vermarktung

- Das Marketing muss mindestens bundesweit erfolgen, am besten aber europaweit.
- Website und Buchungsprofile müssen zeigen, dass Arbeit vor Ort wirklich möglich ist.
- Fotos sollten Arbeitsplätze, Räume, Umgebung und Pausensituationen sichtbar machen.
- Die Internetgeschwindigkeit, Qualität der Arbeitsplätze und Ruhebedingungen bewerben.
- Kooperationen mit Tourismusorganisationen, Coworking Spaces und nationalen Netzwerken.

Bild: Slidebean, via Unsplash

Genehmigungen & Versicherungen

- Unterkunft, Coworking, Seminare, Events, Gastronomie, Camping oder Stellplätze können baurechtlich unterschiedlich bewertet werden.
- Relevant sind meistens Bauamt, Gewerbeamt, Brandschutz, Gemeinde oder Denkmalschutz.
- Betriebshaftpflicht, Gebäude-, Inhalts- und ggf. Veranstalterhaftpflicht sollten zum tatsächlichen Angebot auch passen.
- Ob ein Standort im Innen- oder Außenbereich liegt, beeinflusst Genehmigungsfähigkeit, Nutzung und Erweiterungen erheblich.

Bild: Nate Johnston, via Unsplash

Workation ist eine neue Chance

- Workation kann neue Zielgruppen erschließen, Aufenthalte verlängern und schwächere Zeiten beleben.
- Voraussetzung ist ein verlässliches, ehrlich kommuniziertes Angebot – nicht bloß ein schöner Ort mit WLAN.
- Der richtige Einstieg ist ein kleines, testbares Paket mit klarer Zielgruppe.
- Die zentrale Frage lautet: Welcher erste Schritt ist für Ihren Betrieb jetzt realistisch?

Bild: Micah & Sammie Chaffin, via Unsplash

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt: CoWorkLand eG
Tobias Kremkau | tobias@coworkland.de