



# Marketingplan 2012

Tourismusverband Seenland  
Oder-Spree e. V.

## 1. Präambel

Der Marketingplan enthält die Marketingmaßnahmen des Tourismusverbandes Seenland Oder- Spree für das Jahr 2012.

Die Positionierung des Reisegebietes erfolgt auf der Grundlage des auf der Mitgliederversammlung am 18.03.2009 beschlossenen Touristischen Leitbildes.

Leitmotiv für das touristische Handeln ist „Natur erleben“.

Kommunikationsschwerpunkte sind flächendeckend die Themen „Radfahren/ Radwandern“, „Wasser“ und „Kultur“.

Subregional werden die Themen „ Wandern“ und „ Kur/Gesundheit/Wellness“ vermarktet.

## 2. Marktforschung

*Die Marktforschung dient dem Tourismusverband Seenland Oder-Spree e. V. dazu, Marktpotenziale zu erkennen und Marketingaktionen marktgerecht zu entwerfen und zu verbessern. Des Weiteren gibt sie Auskünfte über die Kundenzufriedenheit der Gäste des Seenlandes.*

### a) Auswertung Radverkehrsanalyse

Durchführung zwei Workshops zur Auswertung der Befragung und Radzählung im Reisegebiet

Termin: 1. Quartal 2012 Ort:

Teilnehmer: 1) Geschäftsführerebene, Mitglieder  
2) bett & bike Betriebe, Hotels, Pensionen, weitere Interessierte  
(Vergleich mit anderen Regionen)

### b) Auswertung der Daten der Abhebungen von Geldautomaten der Sparkassen Märkisch- Oderland und Oder- Spree

Termin: November 2012 Ort:

Teilnehmer: Mitglieder

### 3. Binnenkommunikation

*Die Binnenkommunikation des Verbandes mit seinen Mitgliedern, Partnern und Förderern erfolgt auf verschiedenen Wegen. Sie dient dem Verband dazu, aktuelle Informationen und Termine zu kommunizieren und Entwicklungen der Verbandsarbeit aufzuzeigen.*

a) Aktualisierung und Nachdruck des Leitbildes Seenland Oder-Spree

Termin: Februar 2012

b) Informationsworkshop mit Vorsitzenden/Verantwortlichen der Mitgliedsinstitutionen des TV SOS

Termin: Dezember 2012

c) Regionaler Tourismustag

- Themenschwerpunkt:
- Termin: April 2012
- Ort:
- Teilnehmer: Mitglieder, touristische Leistungsträger, Kommunen
- Übersicht über die Arbeit

d) Klausurtagung der Verbandes

Termin: 09. – 10. November 2012

Ort: Rostock-Warnemünde

### 4. Qualitätsoffensiven

*Unzufriedene Gäste kehren nicht wieder und kosten durch Negativ-Werbung weitere Kunden. Qualitätsoffensiven stellen den Gast und die Menschen in den Mittelpunkt. Der Tourismusverband Seenland Oder-Spree e. V. arbeitet an einer kontinuierlichen Qualitätsverbesserung, um die Gäste der Region zufriedenzustellen und aktive Kundenbindung zu betreiben. Hierbei bietet der Verband Schulungen zu*

*Qualitätsthemen an und überprüft auch die Einhaltung der Qualitätsstandards, zu denen sich die Verbandsmitglieder verpflichtet haben.*

a) Brandenburgisches Qualitätsgütesiegel - Servicequalität Deutschland

- Erlangung des Gütesiegels der Stufe II durch unseren Verband
- Durchführung eines Workshops zur Ausbildung von Qualitäts-Coaches
- Gewinnung von mindestens 10 Betrieben zur Erlangung des Gütesiegels

b) Anerkannte Tourismusinformation - ATIS

- Überprüfung und Einhaltung der Kriterien
- Erlangung (bzw. Wiedererlangung) der ATIS- Zertifizierung für alle Tourist- Infos der Mitglieder

c) Testkäufe in den Tourist-Informationen (3 x im Jahr)

- Mystery Check, online-Anfrage, mündliche Anfrage, Buchung

d) DTV- Klassifizierung

- Schulung für DTV- Klassifizierer im Reisegebiet nach Bedarf
- Erhöhung der Klassifizierungen bei Ferienwohnungen/-zimmer im Reisegebiet

e) Erhöhung der Kompetenz der Mitarbeiter(innen)

- Teilnahme an Seminaren/Fortbildungen durch die MA der Geschäftsstelle (mind. 1 je Mitarbeiterin)
- Durchführung eines Tagesseminars für Mitarbeiter(innen) der TI zur gegenseitigen Information
- Durchführung von Seminaren

f) Wandern

- Durchführung eines Informationsseminars je Qualitätswanderweg zur Zertifizierung Wanderbetriebe
- Gewinnung von zehn Betrieben zur Zertifizierung

## g) Wasser

- Workshop zum Thema Wassertourismus, Gelbe Welle

## h) Ausweitung der Aktion Brandenburger Gastlichkeit

## i) Zertifizierung Radwege

- Märkischen Schlössertour (neu)
- Oderbruchbahn-Radweg
- Oder-Spree-Tour
- Spree-Radweg
- Oder-Neiße-Radweg

## 5. Werbung

*Verschiedene Werbemaßnahmen zu unterschiedlichen Themengebieten werden durch den Tourismusverband Seenland Oder-Spree e. V. vollzogen.*

- TMB Spezial Kultur Friedrich 300
- „Deutschland per Rad entdecken“: Oder-Spree-Tour, Oderbruchbahn-Radweg, Oder-Neiße-Radweg, Spreeradweg, R1 (Netzwerk?)
- weitere thematische Publikationen
- Publikationen im Rahmen des Netzwerkes „Aktiv in der Natur“ zum Thema Wandern (Reportagen im Wandermagazin, Pocketguide als Beilage im Wandermagazin, Pocketguide)
- Publikationen im Rahmen des Netzwerkes „Aktiv in der Natur“ zum Thema Wasser (Revierkarten Spree-Dahme-Oder, Kanubroschüre „Kanutouren vom Spreewald bis Berlin“)
- Publikationen im Rahmen des Netzwerkes „Aktiv in der Natur“ zum Thema Rad (Radausflüge in Brandenburg)
- Publikationen der TMB – Blaues Paradies (Kanu, Motorboot, Segeln)
- Videoproduktionen zu Themenradtouren (Oder-Spree-Tour, Oderbruchbahn-Radweg), zur Märkischen Umfahrt und zum Alten Fritz

## 6. Verkaufsförderung

*Durch Verkaufsförderung sollen den Kunden Anreize zum Nutzen der touristischen Leistungen und Angebote des Seenlandes Oder-Spree geschaffen werden. Hierzu werden durch den Tourismusverband verschiedene Wege bestritten. Die im Folgenden dargestellt werden.*

### a) Promotion

- 30.05. – 03.06.2012 Wiesbaden/Mainz (TMB)
- 28.04.2012 Brandenburg radelt an – einzelne TI'S
- 16.06.2012 Brandenburger Landpartie

### b) Messen

- CMT Stuttgart - Fahrrad- und Erlebnisreisen - Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
Termin: 14.01. – 15.01.2012
  
- Internationale Grüne Woche (Gemeinschaftsstand mit AG Ranzig)  
Termin: 20.01. – 29.01.2012
  
- Boot Düsseldorf – Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
Termin: 21.01. – 29.01.2012
  
- ADFC-Radreisen Hamburg  
Termin: 04.03.2012
  
- free-München  
Termin: 22.02. – 26.02.2012
  
- ITB Berlin  
Termin: 07.03.-11.03.2012
  
- Rad und Outdoor Bremen  
Termin: 10. - 11.03.2012

- ADFC-Radreisen Frankfurt/Main  
Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
Termin: 18.03.2012
  
- VeloBerlin - Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
24.03. – 25.03.2012
  
- ADFC-Radreisen Hannover  
Termin: 25.03.2012
  
- Tour Natur Düsseldorf - Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
Termin: 31.08. – 02.09.2012
  
- Reisemarkt Niederrhein im Rahmen der Rheinische Landesausstellung Krefeld  
Termin: 27.08. – 30.08.2012
  
- Späthsche Baumschule, Berlin  
Termin: 22. - 23.09.2012
  
- Boot Berlin  
Termin: November 2012
  
- Prospektservice TMB:
  - CMT Stuttgart 14.01. - 22.01.2012
  - Boot Düsseldorf 21.01. - 29.01.2012
  - Reisen Hamburg 08.02. - 12.02.2012
  - Messe Leipzig 21.11. – 25.11.2012
  
- Prospektservice Via Urlaubsservice
  - Reisemarkt Dresden 27.01. – 29.01.2012
  - Reisezeit Hannover 03.02. – 05.02.2012

- Reise + Camping Essen 22.02. – 26.02.2012
- ADFC Radreisemesse Bonn 25.03.2012

Prospektservice über Mitglieder

- *Reisemarkt Spandau*
- *Brandenburger Reisemarkt*

Prospektservice Pro Agro:

- *Reisebörse Hamburg* 27. - 28.01.2012
- *Reisebörse Leipzig* 10. - 11.02.2012
- *Reisebörse Jena* 09. - 10.03.2012
- *Reisebörse Erfurt* 16. - 17.03.2012
- *Reisebörse Leonberg/Stuttgart* 16. - 17.03.2012
- *SlowFood Stuttgart* 12.-15.04.2012
- *Baumblütenfest Werder* 28. - 29.04., 05. - 06.05.2012
- *Pro Agro Erlebnismarkt zur BraLa* 17. - 20.05.2012
- *Hansefest Frankfurt (Oder)* 13. - 15.07.2012
- *14. Spreewälder Gurkentang* 11. - 12.08.2012
- *Markt Domäne Dahlem* 25. - 26.08.2012
- *Brandenburger Dorf- und Erntefest* 25.09.2012
- *AGREDA 2012* 22. - 23.09.2012
- *Tag der Deutschen Einheit* 02. - 04.10.2012
- *Herbstmesse Cottbus* 19.-21.10.2012
- *Brandenburger Schlachtfest* 27.-28.10.2012
- *Hippologica Intern. Pferdesportmesse* Dezember 2012

## 7. Kataloge & Broschüren

- a) Gastgeberverzeichnis 2013  
Termin: Dezember 2012                      Auflage: 20.000 Stück
  
- b) Tagesausflugsplaner 2013/ 2014  
Termin: November 2012                      Auflage: 120.000 Stück
  
- c) Radwanderkarte (Nordteil) Kooperation mit VBB und Pietruska Verlag  
Termin: Januar 2012                      Auflage: 20.000 Stück
  
- d) Verkaufsförderflyer:
  - Radtour „Märkische Schlössertour“
  - Flyer Radveranstaltungen
  - Themenjahr „Friedrich 300“
  - Qualitäts-Wanderwege
  - Veranstaltungsflyer (Netzwerk Kulturtourismus im Seenland Oder-Spree)
  - Reisemobilstellplätze
  
- e) Themenbroschüre Wellness- und Gesundheitsangebote
  
- f) Wanderbroschüre (inhaltlich erneuert)
  
- g) Karte Camping (Kooperation mit Dahme-Seen, Spreewald)
  
- h) Broschüre Gruppenangebote (Netzwerk Kulturtourismus)
  
- i) Postkarte „Seenland Oder-Spree – Brandenburgs Premiumregion“
  
- j) Aufkleber für zertifizierte Radwanderwege

## 8. Medienarbeit

- a) Presse            Newsletter  
Informationen zu neuen Produkten, besondere Ausflugs- und  
Veranstaltungstipps, Vorstellung neuer Produkte, touristischer  
Initiativen, besondere Übernachtungstipps etc.  
Vorauswahl der Artikel durch TI´s  
Termin: quartalsweise
  
- b) Pressereisen    Thema: Friedrich 300  
Wellness  
Zertifizierte Wanderwege
  
- c) Pressekonferenzen  
mindestens viermal jährlich zu aktuellen Themen
  
- d) Pressespiegel  
Monatlich    (nur für Mitglieder)
  
- e) Individuelle Pressegespräche

## 9. Informations- und Reservierungssystem

*Kernstück des Brandenburg-weiten Netzwerkes von Leistungsträgern, Vermarktungs- und Vermittlungspartnern ist das Informations- und Reservierungssystem Brandenburg, das mit seiner zentralen Brandenburg-Datenbank die Grundlage für die Darstellung und Buchbarkeit aller Angebote aus dem Beherbergungsbereich bildet. Diese Vertriebsleistung des IRS Buchungsverbandes garantiert damit die Präsenz in den relevanten Verkaufskanälen für das Reiseland Brandenburg.*

- Flächendeckende Umsetzung des IRS im gesamten Reisegebiet
- aktiver Betrieb einer Volllizenz in der Geschäftsstelle

- aktiver Betrieb von Volllizenzen in: Wendisch Rietz, Bad Freienwalde, Buckow, Beeskow, Müllrose
- aktiver Betrieb von touristischen Agenturen in Neuhardenberg, Fürstenwalde, Neuzelle, Seelow, Bad Saarow

## 10. Internet

*Durch die Veränderungen im Informations- und Buchungsverhalten der Gäste ist eine themenbezogene, informative und benutzerfreundliche Internetdarstellung für den Verband unabdingbar.*

- Einführung von Social Media in die Web-Präsenz des Tourismusverbandes
- Web-Präsenz „Seenland Oder-Spree: Die Premiumregion Brandenburgs“
- Ausweitung der themenbezogenen Internetdarstellung für die Reiseregion
- Verlinkung zu Mitgliedern und Partnern
- Integration der DZT-Veranstaltungsdatenbank
- Onlinebuchbarkeit
- Erweiterung der Informationen im Radnavigator mit digitalisierten überregionalen Touren
- Einbindung von GPS-Routen für Radtouren und Wandertouren
- Erstellung eines Fotoarchivs
- Einstellung vom MP3-Touren zu thematischen Angeboten (Märkische Schlössertour, Friedrich 300, ...)
- Aktualisierung der thematischen Angebote auf Internetseiten der Partner (TMB, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, ADFC-Tourenportal, Wandermagazin, ...)

## 11. Projekte

Beteiligung an folgenden regionalen und überregionalen Projekten:

- Netzwerk „Aktiv in der Natur“  
Teilbereiche Wasser, Rad, Wandern (Projektträger LTV)
- ESF-Projekt Netzwerk Kulturtourismus (Projektträger CTA-Kulturverein)

- Leader-Kooperationsprojekt „Touristische Buslinien“ (Projektträger LAG Märkische Seen)
- Kooperationsprojekt mit der IHK - Wellness & Gesundheit im Seenland Oder-Spree
- RB IV – Regionale Identität
- Kooperationsprojekt mit IHK, Uckermark und LAG`n - Oder-Neiße Radweg
- LAG-Kooperationsprojekt „Reiten“
- LAG-Kooperationsprojekt Wassertouristische Beschilderung (WISO-Wassersportinitiative Südost)
- LEADER-Kooperationsprojekt Geo-Tourismus

## 12. Kooperationen

- aktive Mitwirkung bei der Umsetzung bestehender Kooperationen:

Kooperation Reisegebiete Spreewald/Dahme-Seen/Seenland Oder-Spree

- a) gemeinsame Teilnahme an Messen
- b) Erstellung gemeinsamer Publikationen (Ferienmagazin, Märkische Umfahrt, Campingkarte)

Kooperationen mit den Naturparks Schlaubetal, Dahme-Heideseen, Märkische Schweiz

- a) Ausbau der vorhandenen naturtouristischer Angebote im Rahmen der Initiative „Naturtourismus“

Kooperation mit Berliner Stadtbezirken

Kooperationen mit weiteren Partnern

- a) Beteiligung an Initiative „Schlaubetal-Teller“
- b) Mitwirkung bei der Aktivierung der Initiative „Oderculinarium“
- c) Mitwirkung bei Aktionen der Oderlandkanuten
- d) Ausbau der Aktion Brandenburg Gastlichkeit in Zusammenarbeit mit DEHOGA