

Marketingplan 2022

„Einfach mal Blau machen“



Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.

Fischbänkenstr. 8

16816 Neuruppin

Tel.: 03391-65 96 30

Fax: 03391-65 96 32

E-Mail: info@ruppiner-seenland.de

Internet: www.ruppiner-seenland.de

Inhalt

I. Einleitung

- | | |
|--|---|
| 1. Grundlagen & strategische Ausrichtung | 3 |
| 2. Ansprechpartner im Verband | 4 |

II. Marketing

- | | |
|--|----|
| 1. Marktforschung | 5 |
| 2. Mitglieder & Partner | 5 |
| 3. Weiterbildung & Binnenkommunikation | 7 |
| 4. Veranstaltungen & Events | 9 |
| 5. Messen & Promotion | 9 |
| 6. Kampagnen | 11 |
| 7. Printprodukte | 12 |
| 8. Online | 13 |
| 9. Informations- und Reservierungssystem | 15 |
| 10. Medien | 16 |

I. Einleitung

Der vorliegende Marketingplan des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V. (z.T. als TRS benannt) informiert die Partner touristischen Marketings und die touristischen Akteure im Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte über die für das Jahr 2022 geplanten Marketingmaßnahmen.

1. Grundlagen & strategische Ausrichtung

Die Arbeit des Verbandes basiert neben den aktuellen Tourismustrends sowie den Ergebnissen aus verfügbaren Daten und Marktforschungsergebnissen vor allem auf der touristischen Marketingkonzeption des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V. mit einer umfangreichen Organisations- und Marketingstrategie 2016 ff..

Die Markenstrategie des Landes Brandenburg, welche durch die Fortschreibung der Landestourismuskonzeption weiter gestärkt wird, setzt auf die Identifizierung und Entwicklung von Leitprodukten entlang der Marke Brandenburg. Dabei stehen die Profilt Themen Wasser – Kultur – Natur besonders im Vordergrund. Der Gast soll über die produktorientierten Erlebniswelten „Wasser entdecken“, „Tief durchatmen“, „Kultur erleben“ und „Landlust ausleben“ inspiriert werden, Urlaub in Brandenburg zu machen.

Das Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte profiliert sich vor allem durch ein Labyrinth aus 2000 km verschlungenen Wasserwegen und über 300 Seen. Zusammen mit der Mecklenburgischen Seenplatte bilden wir so das größte Binnenwasserrevier Europas. Unterstützt wird dies durch eine 400jährige brandenburgisch-preußische Geschichte zum Erleben und Anfassen. Aus diesem Grund stützt sich der Verband vor allem auf die Erlebniswelten „Wasser entdecken“ und „Kultur erleben“, mit den Kernzielgruppen der „Qualitätsbewussten Entschleuniger“ und den „Geselligen Familien“. Die Erlebniswelt „Landlust ausleben“ enthält vor allem Tagesausflüge und regionale Produkte und wird ergänzend bespielt.

Die im Folgenden aufgeführten Maßnahmen bieten den touristischen Anbietern vielfältige Möglichkeiten, sich mit ihrem Angebotssegment an die regionalen und überregionalen Vermarktungsplattformen anzuschließen. Die Maßnahmen bauen aufeinander auf bzw. sind miteinander verknüpft.

Zentrale Quellmärkte für das Marketing

- Inland:
Berlin / Brandenburg; Hamburg; Niedersachsen; Nordrhein-Westfalen; Sachsen; Sachsen-Anhalt
- Ausland:
Niederlande, Polen, Österreich, Schweiz, Schweden

Kommunikations- und Vertriebswege

Die touristischen Produkte und Themen werden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebswege in den Markt getragen. Angesprochen werden vor allem Endverbraucher:

- Internetplattformen / Social Media Kanäle
- Messeauftritte / Promotionsveranstaltungen / Events
- Fachmessen / Workshops
- Informations- und Reservierungssystem
- Medienarbeit / Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Ausgabe an touristische Partner und Leistungsträger

2. Ihre Ansprechpartner im Verband

Ansprechpartner	Funktion / Telefon / Email
Itta Olaj	Geschäftsführung Leitung der Geschäftsstelle, Interessenvertretung, Verbandsarbeit, Strategie und Produktpolitik, Infrastruktur, Marktforschung Themen: Rad, Kanu Tel.: 03391 - 65 96 37 olaj@ruppiner-seenland.de
Beatrice Kluzikowski	Büroleitung & Buchhaltung Büroleitung, Buchhaltung, Informations- u. Reservierungssystem (IRS) Tel.: 03391 - 65 96 35 kluzikowski@ruppiner-seenland.de
Michelle Engel	Marketing & Markenmanagement Printprodukte & Website, Social Media: Facebook & Instagram, Messen, Markenmanagement, Binnenmarketing, Produktworkshops Themen: Familie, Barrierefrei, Kulinarik Tel.: 03391 - 65 96 3 engel@ruppiner-seenland.de
Jannika Olesch	Marketing & Redaktion Printprodukte & Website: Texte, Social Media: Twitter, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DAMAS-Datenbank, Veranstaltungen Themen: Kultur, Wandern Tel.: 03391 - 65 96 34 olesch@ruppiner-seenland.de
Andrea Krumnow	Onlineredaktion und Datenmanagement Bildredaktion, Online-Redaktion: Websites Havelradweg und Berlin-Kopenhagen Content-Management Touren-Tipps: DAMAS und weitere Portale Tel.: 03391 - 65 96 36 krumnow@ruppiner-seenland.de

Die Geschäftsstelle ist Montag bis Freitag ab 08:30 Uhr besetzt.

II. Marketing

1. Marktforschung

Die regelmäßige Auswertung von Primär- und Sekundärdaten dient vor allem der Planung von strategischen sowie operativen Entwicklungen und den damit verbundenen Entscheidungen.

Statische Berichte

Die erhobenen Daten (monatlich, Jahresübersichten usw.) können kostenlos als PDF heruntergeladen werden unter: www.statistik-berlin-brandenburg.de

- o Landkreise, kreisfreie Städte, Reisegebiete
- o Ämter und Gemeinden
- es erfolgt eine Aufbereitung der Daten durch den Verband
-> diese stehen auf Anfrage zur Verfügung

Anfragen-Management

- Statistiken zur Herkunft der Gäste und weitere Informationen aus den Anfragen werden in der Geschäftsstelle gebündelt und zusammengefasst

Statistische Analyse der Homepage www.ruppiner-seenland.de

- die erfassten Daten werden zur Verbesserung des Webauftrittes herangezogen

2. Mitglieder & Partner

Mitglieder des Verbandes:

- Landkreis Oberhavel
- Landkreis Ostprignitz-Ruppin
- Amt Gransee und Gemeinden
- Stadt Lindow (Mark)
- Gemeinde Fehrbellin
- Stadt Kremmen
- Stadt Rheinsberg
- Amt Temnitz
- Fontanestadt Neuruppin
- REGiO-Nord mbH
- Tourismus-Service „BürgerBahnhof“ Neuruppin GmbH
- Stadtwerke Neuruppin GmbH
- Fremdenverkehrsverein Zehdenick e.V.
- Tourismusverein Fürstenberger Seenland e.V.
- Tourismusverein Oranienburg und Umland e.V.

- Naturpark Stechlin-Ruppiner Land

Kooperationspartner des Verbandes:

Neben den bestehenden Mitgliedschaften kooperiert der TRS mit folgenden Partnern:

- der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)
- den benachbarten Reisegebieten Prignitz, Havelland, Barnimer Land, Uckermark sowie der Mecklenburgischen Seenplatte

Diverse weitere Partnerschaften, Kooperationen oder Netzwerke ergeben sich in direkter Zusammenarbeit im Marketing und bei Projekten.

Beim landesweiten Netzwerk „Aktiv in der Natur, beim Brandenburger „Cluster Tourismus“ und der „AG historische Stadtkerne in Brandenburg“ unterstützt der TRS bei Bedarf bestimmte Aktivitäten.

Gremien- und Facharbeit des Verbandes:

Der TRS pflegt Partnerschaften und Kooperationen mit zahlreichen Organisationen im Brandenburg- und Deutschlandtourismus. Die Vertretung und Zusammenarbeit in Gremien heißt aktive Arbeit und Unterstützung bei touristischen Themen.

- Mitglied im Kuratorium Naturpark Stechlin-Ruppiner Land
- Teilnahme an Wirtschaftsausschüssen der Landkreise Oberhavel und Ostprignitz-Ruppin
- LEADER Oberhavel, Lokale Aktionsgruppe (LAG) Obere Havel e.V. - LEADER- Regionalmanagement Oberhavel
- LEADER Ostprignitz-Ruppin, „Regionalentwicklung Ostprignitz-Ruppin e.V.“ – Lokale Aktionsgruppe LEADER
- Nahverkehrsbeirat Ostprignitz-Ruppin

Im Reiseland Brandenburg

- DEHOGA Brandenburg (G-Klassifizierung,)
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- LTV Landestourismusverband Brandenburg e.V. (Mitgliedschaft)
- Netzwerk „Aktiv in der Natur“
- Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam (Tourismusausschuss)
- Tourismusakademie Brandenburg (TAB)
- Pro agro Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V. (Mitgliedschaft)

In Deutschland und Europa

- Deutscher Tourismusverband (DTV)
- Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“

3. Weiterbildung & Binnenkommunikation

Tourismustag Ruppiner Seenland

Termin:	voraussichtlich Ende April 2022
Ort:	Landkreis Oberhavel
Teilnehmer:	touristische Leistungsträger, Partner der Tourismuswirtschaft, Politik, Verwaltung, Verbände
Inhalt:	Impulse für die zukünftige touristische Arbeit, Vermittlung der strategischen Ausrichtung der Tourismuswirtschaft und -politik, Fachvorträge und Workshops
Organisatoren:	TRS und IHK Potsdam
Ansprechpartner:	Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

Marketing-Stammtisch Tourismusverband Ruppiner Seenland

Termin:	Virtuelle Marketing-Stammtische alle 2 Monate, Treffen je nach Möglichkeit
Ort:	wechselnd
Teilnehmer:	Mitglieder des Tourismusverbandes; insbesondere jene Mitarbeiter / Vertreter, die für das Marketing zuständig sind
Inhalt:	Austausch über Fortschritte und Neuigkeiten im Tourismus-Marketing und Abstimmung gemeinsamer Aktivitäten
Organisator:	Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.
Ansprechpartner:	Michelle Engel, Tel. 03391 - 659631

Newsletter „Ruppiner Seenland“

- Erscheinungstermin: zweimonatlich
- Kernpunkte: Informationen für Mitglieder und Partner der Tourismusbranche sowie für die Gäste; tw. zielgruppenspezifische Bausteine zu manchen Themen
- Ansprechpartner: Jannika Olesch, Tel. 03391 – 659634

Infomail „Ruppiner Seenland“

- Erscheinungstermin: quartalsweise
- Kernpunkte: Informationen für die Mitglieder
- Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 – 659637

Externe Weiterbildungs-Veranstaltungen 2022

Wir empfehlen Ihnen folgende Seminarprogramme und -partner:

➤ TAB-Seminare und -veranstaltungen

Kontakt/Info: Tourismusakademie Brandenburg
Tel. 0331- 29873785
www.tourismusakademie-brandenburg.de

Themen: „ServiceQualität Deutschland“ in Brandenburg, Barrierefreier Tourismus für Alle, thematische Weiterbildungen / Qualifizierungen, Fachveranstaltungen

➤ E-Learnings für den Tourismus

Videos auf
<https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/e-learning-fuer-die-tourismusbranche-in-brandenburg/>

4. Veranstaltungen & Events

Fontane – Wandermarathon, in Kooperation mit dem Naturpark Stechlin-Ruppiner Land und weiteren Partnern

Termin:	in Planung für September 2022
Ort:	voraussichtlich mit Start und Ziel in Lindow (Mark)
Thema:	Auf einer Strecke von ca. 42 Kilometern können die Wanderer auf Schusters Rappen die Landschaft erleben, die Fontane im Band „Grafschaft Ruppiner“ seiner „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ beschrieb. Alternativ gibt es auch eine Halbmarathon-Strecke.
Ansprechpartner:	Presse: Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

5. Messen & Promotion

Boot Düsseldorf
abgesagt

Internationale Tourismusbörse Berlin (www.itb-berlin.de)
abgesagt

Berlin Travel Festival
abgesagt

Velo Berlin
Termin/Ort: 09./ 10. April 2022 in Berlin

Boot & Fun Inwater
Termin/Ort: 26. – 28. August 2022 in Werder/Havel

Boot & Fun Berlin
Termin/Ort: 24. – 27. November 2022 in Berlin

Ansprechpartner: Michelle Engel, Tel. 03391 - 659631

Prospektservice/ -versand:

Bei Messen, an denen keine eigene Präsentation des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V. stattfindet, stellt der TRS eine vereinbarte Menge der eigenen Publikationen zur Prospektauslage zur Verfügung.

- a) **der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH**
-> nach Bedarf und Anmeldung

- b) **des Verbandes zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V. (pro agro)** -> nach Bedarf und Anmeldung

- c) **der Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“** -> nach Bedarf und Anmeldung

Ansprechpartner: Michelle Engel, Tel. 03391 – 659631

Es werden auch Materialien für die Prospektanfragen, welche direkt bei der TMB eingehen, bereitgestellt.

6. Kampagnen

Landesweite Kampagnen:

Es erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH im Rahmen des Markenprozesses unter anderem zur Leitproduktentwicklung passend zur Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte sowie der Aufbau von Markenkontaktpunkten innerhalb der touristischen Customer Journey.

Kampagne 2022 „Familienzeit“

Da die #Familienzeit-Kampagne über insgesamt 3 Jahre läuft, gibt es auch weiterhin eine passende Kommunikation sowohl über die TMB als auch vom Verband aus. Auf unserer neuen Website gibt es einen Hauptnavigationspunkt „Erlebnisse“ und dort eine Unterseite „für Familien“. Hier werden gebündelt Informationen für Familien ausgespielt.

Herbst-/Winter-Kampagne

Über die Herbst-/Winter-Kampagne wird eine Saisonverlängerung angestrebt und die passenden Angebote werden ins Schaufenster gestellt.

Unser Fokus liegt dabei auf einer herbstlichen Radtour sowie einer winterlichen Wanderung entlang des Wassers. Dazugehörige Leistungen und Bausteine werden selbstverständlich mitvermarktet.

Eigene Kampagnen:

Dauerhaft wird auch an der Weiterentwicklung sowie Verbreitung der Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte gearbeitet und somit der Markenprozess im Land unterstützt.

7. Printprodukte

Der TRS gibt eigene Medien heraus und beteiligt sich in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsvereinen und deren privaten und öffentlichen Leistungsträgern an der Herausgabe thematischer Angebotsbroschüren der TMB. Darüber hinaus unterstützt der TRS anhand redaktioneller Zuarbeiten weitere thematische Angebotsbroschüren, welche inhaltlich die Region Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte umfassen.

Ansprechpartner: Michelle Engel, Tel. 03391 - 659631
Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

Publikationen des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V.

„Wasser und Land entdecken in der Brandenburgischen Seenplatte!“

(Arbeitstitel)

Auflage/Format:	16.000 Stück, DIN A4, 4-farbig
Erscheinungstermin:	voraussichtlich April/ Mai 2022
Laufzeit:	2 Jahre bis Ende 2023
Inhalt:	ausführliche Imagebeschreibung zu unseren Hauptthemen mit Hilfe von Tourenbeschreibung sowie Storytelling, angereichert mit Ausflugstipps und Empfehlungen durch die Region
Kosten:	ab 1/3 Seite PR Beitrag: 550 €, 1/2 Seite PR-Beitrag 750 €, 1/1 Seite PR-Beitrag 1.100 €

„Wandern durch das Wasserparadies“ *

(Arbeitstitel)

Auflage/Format:	n.n.
Erscheinungstermin:	Herbst 2022
Inhalt:	Informationen zum Thema Wandern inkl. Tourenempfehlungen und Tipps

*unter Finanzierungsvorbehalt

8. Online

Im Mittelpunkt der Online-Kommunikation steht die Homepage www.ruppiner-seenland.de. Durch die Umstellung auf die Basis des TMB-Websiteframeworks übernimmt unsere Website größtenteils Struktur und Ästhetik der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH, natürlich angepasst an unsere eigene Marke Ruppiner Seenland.

Die Website wurde neu strukturiert und übersichtlich aufgebaut, Grundlage für die gesamte Seite sowie die Inhalte ist die DAMAS-Datenbank mit den darin gepflegten POI's (point of interest).

Facebook: Ruppiner Seenland

Instagram: das_ruppinerseenland -> #visitruppinerseenland & #ruppinerseenland

Twitter: RuppSee

Durch den Verband betreute Websites bzw. mit unterstützte Websites sind folgende:

- www.ruppiner-seenland.de
- www.brandenburgische-seenplatte.de
- www.havelradweg.de
- www.bike-berlin-copenhagen.com
- www.fontanerad.de
- www.barrierefreie-reiseziele.de
- www.deuschetonstrasse.de (ist in die neue Website integriert)

Angeboten werden mit Relaunch der Website auch Pakete zur Marketing- sowie Veranstaltungs-Kommunikation.

Ansprechpartner: Michelle Engel, Tel. 03391 - 659631

Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

Maßnahmen

- Angebotserweiterung und ständige Aktualisierung des Webauftrittes und bessere Einbindung der POI-Datenbank
- stetige Pflege der POI-Datenbank durch den Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V. sowie die Partner REGiO-Nord zusammen mit der TI Zehdenick, TI Rheinsberg, TI Oranienburg, Tourismus-Service BürgerBahnhof Neuruppin, TI Birkenwerder, Gemeinde Fehrbellin, Stadt Liebenwalde. Die Stadt Hohen Neuendorf sowie die TI Kremmen starten zeitnah mit der Pflege
- zudem wird der Bereich der barrierefreien POIs aktualisiert und durch Informationen zum Komfort ergänzt oder ersetzt, hier werden zusätzliche Angaben abgefragt

- Ausbau der Social Media Kanäle für eine bessere Sichtbarkeit im Web sowie Verdeutlichung der Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte
 - Facebook derzeit 1.402 Abonnenten (Vergleich Jan. '21: 1.066 Abo.)
 - Instagram derzeit 2.625 Abonnenten (Vergleich Jan. '21: 2.175 Abo.)
 - Twitter derzeit 530 Follower (Vergleich Jan. '21: 456 Follower)
- Weiterentwicklung der Leitprodukte für das Ruppiner Seenland entlang der Marke zur Profilschärfung der Region
- Erstellung eines Canua- & Komoot-Accounts sowie Pflege von entsprechenden Touren (2./3. Quartal)
- Aktualisierung der touristischen Wasserkarte (Online-Version)
- Zusammenarbeit mit Bloggern zur Bewerbung thematischer Inhalte

- für die Leistungsträger erfolgt ein weiteres Ausrollen des Digitalisierungsprojektes „Mein Brandenburg“ mittels Widget-Einbettung auf der eigenen Homepage oder einer Landing-Page beim WLAN-Zugang (*TV Ruppiner Seenland hat eine Hauptlizenz*)

9. Informations- und Reservierungssystem

Der Tourismusverband Ruppiner Seenland beteiligt sich am landesweiten Informations- und Reservierungssystem TOMAS (IRS) mit einer Buchungsstelle:

- d.h. Buchung von touristischen Leistungsträgern und Steigerung des Angebotes auch auf Landesebene

Die Akquise neuer Leistungsträger und die Betreuung teilnehmender Betriebe am IRS wurde durch den Kooperationspartner LOHOSPO komplett übernommen.

Die Teilnahme am landesweiten IRS ist kostenlos. Für erfolgreich vermittelte Buchungen gewährt der Leistungsträger eine Provision in Höhe von 15% zzgl. MwSt. Die Zusammenarbeit ist durch einen Vermittlungsvertrag geregelt.

Ansprechpartner: Beatrice Kluzikowski, Tel. 03391 - 659635

Maßnahmen:

- Unterstützung bei der Erweiterung der buchbaren Angebote im Reisegebiet

10. Medienarbeit

Regionale Pressearbeit

Erstellung von Presstexten zu verschiedenen aktuellen und touristischen Themenschwerpunkten des Verbandes (u.a. Messeauftritte, neue Printprodukte oder Online-Angebote, Projekte) sowie der Reiseregion (auch kampagnenergänzend). Versand an regionale Tagesmedien, Print, Radio und TV. Pressegespräche je nach Anlass zu aktuellen touristischen Fragen/Themen im Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte.

Überregionale Pressearbeit

Zuarbeit von Themen/Ideen, Presstexten und Fotomaterial zu verschiedenen aktuellen touristischen Schwerpunkten auf Anfrage von Agenturen, Journalisten, Medienvertretern oder Kooperationspartnern (Bsp. TMB). Versendung an regionale und bundesweite Tagesmedien, Anzeigenblätter, Publikumszeitschriften, touristische Fachpresse, Radio und TV. Beziehungsweise individuelle oder Gruppen-Pressereisen für Journalisten in Kooperation mit der TMB.

Beteiligungsmögl.: Bereitstellung von Info-/Fotomaterial zu überregional bedeutsamen Themen. Bei Pressereisen inhaltliche und finanzielle Unterstützung für Unterkünfte, Verpflegung, Programmaktivitäten. Vermittlung von Interviewpartnern.

Ansprechpartner: Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634
Itta Olaj, Tel. 03391 – 659637

Maßnahmen:

- Stärkerer Ausbau einer regionalen nach innen gerichteten Kommunikation und Pressearbeit durch Pressemitteilungen zu den Aktivitäten des Verbandes