

Marketingplan 2023 „Seenverliebt“



Foto: Julia Nimke

Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.

Fischbänkenstr. 8

16816 Neuruppin

Tel.: 03391 - 65 96 30

Fax: 03391 - 65 96 32

info@ruppiner-seenland.de

www.ruppiner-seenland.de

Inhalt

I. Einleitung

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

II. Marketing

- | | |
|---|----|
| 1. Marktforschung | 6 |
| 2. Mitglieder & Partner | 6 |
| 3. Weiterbildung & Binnenkommunikation | 8 |
| 4. Veranstaltungen & Events | 10 |
| 5. Messen & Promotion | 10 |
| 6. Kampagnen | 12 |
| 7. Printprodukte | 13 |
| 8. Online | |
| 9. Produktentwicklung | 14 |
| 10. Informations- und Reservierungssystem | 15 |
| 11. Medien | 16 |

Stand: April 2023

I. Einleitung

Der Marketingplan des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V. (TRS) informiert die Partner im touristischen Marketing und die touristischen Akteure im Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte über die für 2023 geplanten Marketingmaßnahmen.

1. Grundlagen & strategische Ausrichtung

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

In der Markenstrategie des Landes Brandenburg (aktuell in Überarbeitung und weiterer Schärfung befindlich) stehen die Profithemen Wasser – Kultur – Natur besonders im Vordergrund. In diesem Kontext profiliert sich das Ruppiner Seenland vor allem durch rund 2.000 Kilometer miteinander verbundene Wasserwege und mehr als 300, teils glasklare Seen. Brandenburgische und Mecklenburgische Seenplatte zusammen bilden das größte Binnenwasserevier Europas.

Ergänzt wird das Profil des Ruppiner Seenlands durch die 400-jährige 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 der „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 von Printmaterial an touristische Partner und Leistungsträger

2. Ihre Ansprechpartner im Verband

Ansprechpartner	Funktion / Telefon / E-Mail
Itta Olaj	Geschäftsführung Leitung der Geschäftsstelle, Interessenvertretung, Verbandsarbeit, Strategie und Produktpolitik, Infrastruktur, Marktforschung, Markenmanagement (vertretungsweise) 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
Jannika Olesch	Marketing & Redaktion (Außenmarketing) Printprodukte & Website: Texte, Social Media, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, DAMAS-Datenbank Themen: Kultur, Wandern Tel. 03391 - 65 96 34 olesch@ruppiner-seenland.de
Michelle Engel (in Elternzeit)	Marketing & Markenmanagement engel@ruppiner-seenland.de
Uta Rademacher (Elternzeitvertretung)	Marketing & Produktmanagement (Binnenmarketing) Produktentwicklung und -betreuung, Messen, Vertrieb, Veranstaltungsdatenbank Themen: Familie, Kulinarik Tel. 03391 - 65 96 31 rademacher@ruppiner-seenland.de
Jörg Bartz (Elternzeitvertretung)	Touren & Barrierefreiheit Touren-Pflege: DAMAS und weitere Portale Barrierefreiheit: Prüfung und Darstellung der Angebote Tel. 03391 - 65 96 31 bartz@ruppiner-seenland.de
Marylou Reichrath	Dualstudentin Studium: BWL mit Schwerpunkt Tourismus Tel. 03391 - 65 96 36 reichrath@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 Setzung strategischer Ziele und der Planung von Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.

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

Die Daten werden durch den Verband aufbereitet, 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 Website www.ruppiner-seenland.de

die erfassten Daten werden zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des Webauftrittes herangezogen

2. Mitglieder & Partner

Mitglieder des Verbandes:

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

Gremien- und Facharbeit des Verbandes:

Der TRS pflegt Partnerschaften und Kooperationen mit zahlreichen Organisationen im Brandenburg- und Deutschlandtourismus.

- Mitglied im Kuratorium Naturpark Stechlin-Ruppiner Land
- Teilnahme an Wirtschaftsausschüssen der Landkreise Oberhavel und Ostprignitz-Ruppin
- Sitz im Nahverkehrsbeirat Ostprignitz-Ruppin
- Mitglied LEADER Oberhavel, Lokale Aktionsgruppe (LAG) Obere Havel e.V. - LEADER-Regionalmanagement Oberhavel
- Mitglied LEADER Ostprignitz-Ruppin, „Regionalentwicklung Ostprignitz-Ruppin e.V.“ – Lokale Aktionsgruppe LEADER
- Mitglied im LTV Landestourismusverband Brandenburg e.V.
- Mitglied im Netzwerk Natur Aktiv
- Mitglied bei pro agro Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.
- Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“

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.

Im Reiseland Brandenburg

- Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam (Tourismusausschuss)
- DEHOGA Brandenburg (G-Klassifizierung)
- Tourismusakademie Brandenburg (TAB)

In Deutschland und Europa

- Deutscher Tourismusverband (DTV)

3. Weiterbildung & Binnenkommunikation

Tourismustag Ruppiner Seenland

Termin:	11. Mai 2023
Ort:	Gnewikow
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 etwa alle 2 Monate, Treffen je nach Möglichkeit
Ort:	wechselnd
Teilnehmer:	Mitglieder des Tourismusverbandes; insbesondere Mitarbeiter aus dem Marketing / den Tourist-Infos
Inhalt:	Austausch über Fortschritte und Neuigkeiten im Tourismus-Marketing und Abstimmung gemeinsamer Aktivitäten
Organisator:	Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.
Ansprechpartner:	Uta Rademacher, Tel. 03391 - 659631

Newsletter „Ruppiner Seenland“

Erscheinungstermin:	zweimonatlich (Winter), monatlich (Tourismussaison)
Kernpunkte:	Informationen für Mitglieder und Partner der Tourismusbranche sowie für die Gäste; tlw. zielgruppenspezifische Bausteine zu manchen Themen
Ansprechpartner:	Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

Infomail „Ruppiner Seenland“

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

Externe Weiterbildungs-Veranstaltungen 2023

Wir empfehlen 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 / Qualifizierun-
gen, 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 u. a.

Termin: 9. September 2023

Ort: Von der Kyritz-Ruppiner Heide zum Ruppiner See

Thema: Auf einer Strecke von ca. 42 Kilometern können die Wanderer die Landschaft erleben, die Fontane im Band „Grafschaft Ruppın“ seiner „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ beschrieb. Alternativ wird auch eine Halbmarathon-Distanz angeboten.

Ansprechpartner: Presse: Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

5. Messen & Promotion

VELOBerlin

Termin/Ort: 06./07. Mai 2023 in Berlin

Gemeinschaftspräsentation des Netzwerks Natur Aktiv zum Thema Knotenpunktwegweisung

Boot & Fun Inwater

Termin/Ort: 25. – 27. August 2023 in Werder/Havel

Beteiligungsmöglichkeit: tageweise Unterstützung durch Orte, Präsenz von Partnern/
Leistungsträgern (kostenpflichtig)

Ansprechpartner: Uta Rademacher

Brandenburgisches Dorf- und Erntefest

Termin/Ort: 9. September 2023 in Kremmen

Beteiligungsmöglichkeit: Unterstützung durch Orte (kostenfrei)

Ansprechpartner: Uta Rademacher

Präsentation zum Tag der Deutschen Einheit

Termin/Ort: 01. – 03. Oktober 2023 in Hamburg, voraussichtlich 1-2 Tage

Beteiligungsmöglichkeit: Unterstützung durch Orte (voraussichtlich kostenfrei)

Ansprechpartner: Uta Rademacher

Berlin Travel Festival

Termin/Ort: 01. – 03. Dezember 2023 in Berlin

Beteiligungsmöglichkeit: tageweise Unterstützung durch Orte, Präsenz von Partnern/
Leistungsträgern (kostenpflichtig)

Ansprechpartner: Uta Rademacher

Boot Düsseldorf

Termin/Ort: 20. – 28. Januar 2024 in Düsseldorf

Beteiligungsmöglichkeit: tageweise Unterstützung durch Orte, Präsenz von Partnern/
Leistungsträgern (kostenpflichtig)

Ansprechpartner: Itta Olaj

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

- 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

- d) **weiteren Messen** -> nach Bedarf und Anmeldung

Ansprechpartner: Uta Rademacher, 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 TMB 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 2023 „Parks & Gärten“

Im Jahr 2023 steht u. a. das Thema „Parks & Gärten“ bei der TMB im Fokus der landesweiten Kommunikation. Die 2. Tagestour der FONTANE.RAD-Route (Rheinsberg, Köpernitz, Lindow) wird in diesem Zusammenhang als eine von 12 Gartentouren im neuen TMB-Magazin „Parks & Gärten in Brandenburg“ vorgestellt und auf der Landingpage www.gartentouren-brandenburg.de veröffentlicht.

Um das Thema aufzugreifen, werden weitere drei Gartentouren im Ruppiner Seenland anhand der Knotenpunktwegweisung als Tourentipps für die neue Radkarte entwickelt, die als Touren auch in die touristische DAMAS-Datenbank Einzug halten.

Eine Bewerbung der Parks und Gärten des Ruppiner Seenland erfolgt in den Frühlingsmonaten zudem über die Website (/fruehlingstipps), den Newsletter sowie über die Social-Media-Kanäle unter dem Motto „Plätze zum Genießen“.

Herbst-/Winter-Kampagne

Über die Herbst/Winter-Kampagne wird eine Saisonverlängerung angestrebt und die passenden Angebote werden ins Schaufenster gestellt. (Produkte für 2023 noch nicht festgelegt.)

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: Uta Rademacher, Tel. 03391 - 659631
Jannika Olesch, Tel. 03391 - 659634

Publikationen des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V.

Radeln nach Zahlen – Knotenpunkte weisen den Weg

Auflage/Format: 22.000 Stück; 11 x 21 cm, 4-farbig

Erscheinungstermin: Frühjahr 2023 – zur VELOBerlin

Inhalt: Darstellung des Knotenpunktwegweisungsnetzes in der Region, Verortung der überregionalen Radwege sowie Tourenempfehlungen, Ausflugstipps und Kontaktdaten auf der Rückseite

Nächster Halt: Ruppiner Seenland

Auflage/Format: 20.000 – 25.000 Stück Flyer DIN-lang, 4-farbig

Erscheinungstermin: Frühjahr 2023

Inhalt: Darstellung der touristischen Saisonverkehre sowie aller ÖPNV-Verbindungen zwischen touristischen Zielen

„Kanuspaß mit Komfort“ (Arbeitstitel – unter Finanzierungsvorbehalt)

Auflage/Format: ca. 20.000 Stück; Flyer DIN-lang, 4-farbig

Erscheinungstermin: Sommer 2023 – zur Boot & Fun Inwater

Inhalt: Darstellung aller in der Qualitätsinitiative „Bett + Kanu“ ausgezeichneten Beherbergungsbetriebe sowie der Kanuverleihe, zudem sollen Campingmöglichkeiten dargestellt werden

„Seenverliebt“ (Arbeitstitel)

Auflage/Format:	ca. 20.000 Stück für 2 Jahre, Magazin etwas kleiner als A4, mit jährlichen Termin-Einlegern
Erscheinungstermin:	Magazin im Spätherbst 2023 – zum Berlin Travel Festival Termineinleger 2024 – März 2024 Termineinleger 2025 – März 2025
Inhalt:	Darstellung aller touristischen Themen „Wasser“, „Rad“ und Wandern“, Kulinarik, Übernachtung, Darstellung der touristischen Orte mit Testimonials, Storytelling.

„Feriendomizil auf dem Wasser“ (Arbeitstitel – unter Finanzierungsvorbehalt)

Auflage/Format:	ca. 20.000 Stück; Flyer DIN-lang, 4-farbig
Erscheinungstermin:	Januar 2024 – zur Boot Düsseldorf
Inhalt:	Hausboottouren und Vercharterer.

8. Online

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

Die Website ist seit Dezember 2021 neu strukturiert und übersichtlich aufgebaut, Grundlage für die gesamte Seite sowie die Inhalte ist die DAMAS-Datenbank mit den darin gepflegten POIs (points of interest).

Facebook:	Ruppiner Seenland
Instagram:	das_ruppinerseenland #ruppinerseenland #seenverliebt
Twitter:	RuppSee
Komoot:	Tourismusverband Ruppiner Seenland

Der Verband betreut bzw. unterstützt neben der oben genannten eigenen Website auch die folgenden:

- www.brandenburgische-seenplatte.de
- www.havelradweg.de
- www.bike-berlin-copenhagen.com
- www.fontanerad.de

- www.leichter-reisen.de
- www.deuschetonstrasse.de (ist in die neue Website integriert)

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

Ansprechpartner: Uta Rademacher, 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. und weiteren Redakteuren im Reisegebiet wie der REGiO-Nord zusammen mit der TI Zehdenick, TI Fürstenberg/Havel und TI Stechlin, TI Rheinsberg, TI Lindow, TI Oranienburg, Tourismus-Service BürgerBahnhof Neuruppin, TI Birkenwerder, TI Kremmen, TI Velten, Gemeinde Fehrbellin, Stadt Liebenwalde und der Stadt Hohen Neuendorf.
- 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 Jan. 2023: 1.670 „Gefällt mir“ (Vergleich Jan. 2022: 1402 „Gefällt mir“)
 - Instagram Jan. 2023: 2.892 Abonnenten (Vergleich Jan. 2022: 2625 Abonnenten)
 - Twitter Jan. 2023: 551 Follower (Vergleich Jan. 2022: 530 Follower)
- Zusammenarbeit mit Bloggern zur gezielten Platzierung einzelner Themen
- 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. Produktentwicklung

„LandWert regional“: Wandern, Fahrradfahren, raus aufs Wasser - immer mehr Menschen zieht es hinaus in die Natur. Aber was wäre ein solcher Ausflug ohne Verpflegung unterwegs? Das Projekt "LandWert regional" stellt sich dieser Frage: Wo lassen sich in touristischen Bereichen Versorgungslücken erkennen? Und wie kann man diese durch lokale und regionale Angebote schließen?

Im Rahmen mehrerer Workshops wurden Ende 2022 und Anfang 2023 Akteurinnen und Akteure aus dem Tourismus und der Landwirtschaft, aus der Produktion und Direktvermarktung zusammen gebracht, um gemeinsam weitere Lösungsansätze und kreative

Ideen zu sammeln, bestehende Angebote zu verknüpfen oder auszuweiten. Im Herbst 2023 möchte der TRS gemeinsam mit zwei Partner-Orten jeweils einen „Piloten“ herausbringen:

- eine Empfehlung einer eher städtischen Wandertour in OHV, bei der eine große Zahl von Genuss-Stationen eingebunden ist
- eine Empfehlung einer eher ländlichen Radtour in OPR, bei der zwischen den Stationen etwas größere Distanzen zu überwinden sind und auch ein Picknick-Platz eingebaut ist.

Die Touren-Empfehlungen sollen jeweils mit einem passenden Behältnis verküpft sein, in dem der Gast zum einen eine Basis-Versorgung erhält, zum anderen eine Beschreibung der Tour und der weiteren Stationen.

Das Projekt "LandWert regional" wird vom Landestourismusverband Brandenburg e. V. für pro agro e. V. durchführt und durch das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz des Landes Brandenburg (MLUK) sowie durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER) gefördert.

10. Informations- und Reservierungssystem

Der Tourismusverband Ruppiner Seenland ist ab 2023 kein Lizenznehmer des Informations- und Reservierungssystems mehr. Die Pflege, Akquise und Betreuung erfolgt ab diesem Zeitpunkt ausschließlich über den Dienstleister Lohospo. In der Kontaktabwicklung wird Lohospo in den ersten Monaten des Jahres 2023 durch den TRS unterstützt.

11. 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.

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 die regionale Tagespresse, Radio und TV sowie themenbezogen auch an die bundesweite Fachpresse.

Mediale Sichtbarkeit auch durch individuelle oder Gruppen-Pressereisen für Journalisten in Kooperation mit der TMB.

Beteiligungsmöglichkeiten: Bereitstellung von Info-/Fotomaterial zu überregional bedeutenden Themen. Bei Pressereisen inhaltliche und finanzielle Unterstützung durch Unterkünfte, Verpflegung, Aktivitäten. Vermittlung von Interviewpartnern.

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