

Marketingplan 2024 „Seenverliebt“



Foto: Cineastic Filmproduktion GmbH

„Gefördert aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe: „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ – GRW-Infrastruktur“

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 | 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 | 15 |

Stand: Mai 2024

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 2024 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.

Die Marke Brandenburg wurde erstmalig 2013 entwickelt und diente als Handlungsleitfaden für die Zusammenstellung von Brandenburg-Erlebnissen, zur weitergehenden Profilierung aber auch als Grundlage für eigene Markenbildung in den Regionen. Durch sich stetig wandelnde Trends und Veränderungen wurde die Marke 2022 mit Bedacht angepasst.

In diesem Kontext profilierte sich das Ruppiner Seenland vor allem durch rund 2.000 Kilometer miteinander verbundene Wasserwege und mehr als 300, teils glasklare Seen. Die Brandenburgische und Mecklenburgische Seenplatte zusammen bilden das größte Binnenwasserrevier Europas. Ergänzt wird das Profil des Ruppiner Seenlands durch die 400-jährige brandenburgisch-preußische Geschichte zum Erleben und Anfassen.

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 / Promotionveranstaltungen / Events
- Branchenveranstaltungen / 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 | Marketing & Markenmanagement (Binnenmarketing) Produktentwicklung und -betreuung, Messen, Vertrieb, Veranstaltungsdatenbank, Akquisition Themen: Familie, Kulinarik Tel. 03391 - 65 96 31 engel@ruppiner-seenland.de |
| Jörg Bartz | Touren & Barrierefreiheit Touren-Pflege: DAMAS und weitere Portale Barrierefreiheit: Prüfung und Darstellung der Angebote Tel. 03391 - 65 96 33 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 Tourismusverein 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.

- 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“
- Mitglied im Kuratorium Naturpark Stechlin-Ruppiner Land (GF I. Olaj)
- Mitglied im Kuratorium des Ziegeleiparks Mildenberg (GF I. Olaj)
- Mitglied im Kulturbeirat der Fontanestadt Neuruppin (GF I. Olaj)

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: | 06. November 2024 |
| Ort: | voraussichtlich Kremmen |
| 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, Thema voraussichtlich: „Freiräume für Ideen: Workshop- und Eventlocations“ |
| 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: | Michelle Engel, 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 (wird ggfls. ersetzt durch Protokoll der Mitgliederversammlung)

Kernpunkte: Interne Informationen für die Mitglieder

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

Externe Weiterbildungs-Veranstaltungen 2024

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 / 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 u. a.

Termin: 14. September 2024

Ort: Gransee

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

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

5. Messen & Promotion

VELO Berlin

Termin/Ort: 13./14. April 2024 in Berlin

Gemeinschaftspräsentation des Netzwerks Natur Aktiv zum Thema Knotenpunktwegweisung

Umweltfestival

Termin/Ort: 28. April 2024 in Berlin

Beteiligungsmöglichkeit: Unterstützung durch Orte, Präsenz von Partnern

Hafengeburtstag

Termin/Ort: 09. – 12. Mai 2024 in Hamburg

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

Boot & Fun Inwater

Termin/Ort: 30. August – 01. September 2024 in Werder/Havel

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

Boot Düsseldorf

Termin/Ort: 18. – 26. Januar 2025 in Düsseldorf
Beteiligungsmöglichkeit: tageweise Unterstützung durch Orte, Präsenz von Partnern/
Leistungsträgern (kostenpflichtig)

Allgemeiner 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
- 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

Allgemeiner Ansprechpartner: Michelle Engel, Tel.: 03391 – 659631

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

6. Kampagnen

Landesweite Kampagnen:

Kampagnenweiterführung „Parks & Gärten“

Die 2. Tagestour der FONTANE.RAD-Route (Rheinsberg, Köpernitz, Lindow) wird in diesem Zusammenhang als eine von 12 Gartentouren weiterhin ins Schaufenster gestellt und ist auf der Landingpage www.gartentouren-brandenburg.de veröffentlicht.

In 2023 wurden drei Gartentouren im Ruppiner Seenland anhand der Knotenpunktwegweisung als Tourentipps für die neue Radkarte entwickelt und als POI in die touristische DAMAS-Datenbank eingepflegt. Die Bewerbung der Parks und Gärten des Ruppiner Seenland erfolgt vorrangig in den Frühlingsmonaten über die Website (/fruehlingstipps), den Newsletter sowie über die Social-Media-Kanäle.

Eigene Kampagnen:

Dauerhaft wird auch an der Weiterentwicklung sowie Verbreitung der Marke „Seenplatte“ gearbeitet, gemeinsam mit dem Team Barnimer Land auf der brandenburgischen Seite und dem Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte.

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.

Nächster Halt: Ruppiner Seenland

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

Erscheinungstermin: Frühjahr 2024

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

„Ruppiner Tour`nbeutel – Kremmen kulinarisch erleben“

(Arbeitstitel – unter Finanzierungsvorbehalt)

Auflage/Format: ca. 2.500 Stück; Flyer DIN-lang, 4-farbig

Erscheinungstermin: Frühjahr 2024

Inhalt: Tourenverlauf & regionale Anbieter

„Ohne Barrieren. Unbeschwert reisen.“

(Arbeitstitel – unter Finanzierungsvorbehalt)

Auflage/Format: ca. 10.000 Stück; Flyer DIN-lang, 4-farbig

Erscheinungstermin: Sommer 2024

Inhalt: Barrierefreie Angebote im Ruppiner Seenland

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 deren Inhalte ist die DAMAS-Datenbank mit den darin gepflegten POIs (points of interest).

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.deutschetonstrasse.de (ist in die aktuelle Website integriert)

- www.fontane-wandermarathon.de (ist in die aktuelle Website integriert)

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

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

Der TRS bespielt zudem folgende **Social-Media-Kanäle**:

B2C – für Endverbraucher

Facebook: Ruppiner Seenland
Instagram: das_ruppinerseenland #ruppinerseenland #seenverliebt
Youtube:
Komoot: Tourismusverband Ruppiner Seenland

B2B – für Partner

LinkedIn: Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.

Maßnahmen

- Angebotserweiterung und ständige Aktualisierung des Webauftrittes, saisonale Landingpages mit passend ausgewählten Angeboten
- stetige Pflege der POI-Datenbank durch den Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V. und weitere Redakteure 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, darin auch laufende Verschränkung mit den Themen/Angeboten auf der Website Facebook Jan. 2024: 1.947 „Gefällt mir“ (Vergleich Jan. 2023: 1.670 „Gefällt mir“)
 - Instagram Jan. 2024: 3.204 Abonnenten (Vergleich Jan. 2023: 2.892 Abonnenten)
- 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 ist Hauptlizenznehmer bei Lohospo und stellt somit die Buchbarkeit von Leistungsträgern auf der Website sicher. Über den Verband kann eine Anbindung ans System erfolgen bzw. vermittelt werden.

Der TRS ist alleiniger Ansprechpartner zum datenhaltenden und -verarbeitenden Vertragspartner LOHOHSPO.

Partner innerhalb der Region - welche ebenfalls buchbare Angebote über deren Websites darstellen – sind die Tourismus-Service BürgerBahnhof GmbH, die Stadt Rheinsberg und die Stadt Lindow (Mark).

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.

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 und weiteren Partnern.

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

Das nächste Update des Marketing-Plans wird Mitte Juni erfolgen.