

# Marketingplan 2020

## „Wasserparadies trifft Kulturgenuß“



**Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V.**

Fischbänkenstr. 8

16816 Neuruppin

Tel.: 03391-65 96 30

Fax: 03391-65 96 32

E-Mail: [info@ruppiner-reiseland.de](mailto:info@ruppiner-reiseland.de)

Internet: [www.ruppiner-reiseland.de](http://www.ruppiner-reiseland.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                    | 10 |
| 6. Kampagnen                             | 12 |
| 7. Printprodukte                         | 13 |
| 8. Online                                | 14 |
| 9. Informations- und Reservierungssystem | 16 |
| 10. Medien                               | 17 |

## 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 2020 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 umfänglichen 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 170 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 TOMAS
- Medienarbeit / Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Ausgabe an touristische Partner und Leistungsträger

## 2. Ihre Ansprechpartner im Verband

Ansprechpartner	Funktion / Telefon / Email
Itta Olaj	<b>Kommissarische Geschäftsführung</b> Leitung der Geschäftsstelle, Interessenvertretung, Verbandsarbeit, Strategie und Produktpolitik, Binnen- und Außenmarketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Tel.: 03391 - 65 96 37 Email: olaj@ruppiner-reiseland.de
Beatrice Kluzikowski	<b>Büroleitung</b> Büroleitung, Buchhaltung Tel.: 03391 - 65 96 35 Email: kluzikowski@ruppiner-reiseland.de
<b>N.N.</b>  Michelle Engel (in Elternzeit)	<b>Marketing</b> Vertrieb, Messen, Printprodukte, Internet, Sozial Media, Informations- und Reservierungssystem (IRS), Markenmanagement Tel.: 03391 - 65 96 3X info@ruppiner-reiseland.de
Jörn Fritsch	<b>Projektmanagement</b> Projekte, Netzwerke, Produktentwicklung, Veranstaltungen, Marktforschung Tel.: 03391 - 65 96 36 Email: fritsch@ruppiner-reiseland.de

Die Geschäftsstelle ist Montag bis Freitag von 09:00 Uhr bis 16:30 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](http://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 Anfrage zur Verfügung

#### Anfragen-Management

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

#### Statistische Analyse der Homepage [www.ruppiner-reiseland.de](http://www.ruppiner-reiseland.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 der drei Seen 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.
- Liebenwalder Tourismusverein 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 aus direkten Zusammenarbeiten im Marketing und bei Projekten
- bei dem 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.

- Vorsitz 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 + Vorstand)

#### In Deutschland und Europa

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

### 3. Weiterbildung & Binnenkommunikation

#### Tourismustag Ruppiner Seenland

Termin:	Frühjahr <a href="#">2021</a>
Ort:	Landkreis Ostprignitz-Ruppin
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:	Beatrice Kluzikowski, Tel. 03391 - 659635

#### Stammtisch Tourismusverband Ruppiner Seenland

Termin:	<a href="#">aktuell Umstieg auf Online-Format, regelmäßig Virtuelle Marketing-Stammtische</a> <a href="#">Präsenz-Stammtisch voraussichtlich im Herbst</a>
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:	Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

#### Innovativer Produktworkshop

Termin:	<a href="#">24.11.2020</a>
Ort:	t.b.d.
Ansprechpartner:	Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

## Infobrief „Ruppiner Seenland“

Erscheinungstermin: etwa monatlich

Kernpunkte: zentrales Kommunikationswerkzeug zu den Mitgliedern und Partnern der Tourismusbranche; Informationen zu Neuigkeiten in der Branche sowie im Verband, Mitteilung von Veranstaltungsterminen, Aufklärung über aktuelle Aktivitäten des Verbandes und zum Status Quo der Entwicklung von Projekten

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

## Externe Weiterbildungs-Veranstaltungen 2020

Wir empfehlen Ihnen folgende Seminarprogramme und -partner:

### ➤ TAB-Seminare und -veranstaltungen

Kontakt/Info: Tourismusakademie Brandenburg  
Tel. 0331- 29873785  
[www.tourismusakademie-brandenburg.de](http://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/weiterbildung/e-learning/>

## Maßnahmen (corona-bedingt verschoben)

- zur besseren Kommunikation in der Region und Weiterentwicklung touristischer Produkte entlang der Marke „Ruppiner Seenland“ sollen folgende Beratungsgremien einberufen werden:
  - Strategiebeirat 2x Jährlich
  - Arbeitsgemeinschaft „Wasser“ 2x Jährlich
  - Arbeitsgemeinschaft „Kultur“ 2x jährlich
- die aktuellen Formate werden auf ihre Aktualität geprüft und ggf. erweitert oder umstrukturiert

## 4. Veranstaltungen & Events

### Fontane - Wandermarathon

- Termin: 2. Mai 2020 **verschoben auf 1. Mai 2021**
- Ort: Fürstenberg/Havel (Start + Ziel)
- Thema: Auf einer Strecke von ca. 43 Kilometern mit Start und Ziel in Fürstenberg/Havel können die Wanderer auf Schusters Rappen die Landschaft erleben, die Fontane im Band „Grafschaft Ruppın“ seiner „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ beschrieb. Zudem gibt es ab Fürstenberg/Havel auch eine Strecke mit 23 Kilometern mit Ziel in Neuglobsow und einem Shuttle zurück nach Fürstenberg/Havel.
- Ansprechpartner: Jörn Fritsch, Tel. 03391 - 659636

### Workshop „Wegbereiter im Barrierefreien Tourismus“

- Termin: **2. September 2020, Rechlin**
- Ort: ---
- Thema: Die barrierefreie Hausboottour soll auf Grundlage der vorhandenen Vorarbeiten zu einem kompletten und buchbaren Angebot zusammengefasst werden und so als Leitprodukt ein Leuchtturm für die Region sein.
- Ansprechpartner: Jörn Fritsch, Tel. 03391 - 659636

## 5. Messen & Promotion

### boot Düsseldorf

Termin/Ort: 18. - 26. Januar 2020 in Düsseldorf  
 Stand: großzügiger Infostand  
 Beteiligungsmögl.: Prospektservice ab 200 €

Ansprechpartner: Beatrice Kluzikowski, Tel. 03391 - 659635

### Internationale Tourismusbörse Berlin ([www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de)) –

Termin/Ort: **abgesagt**  
 Stand: Präsentation auf Sonderfläche am Berlin-Brandenburg  
 Stand (Hub 27)

### VELO Berlin (Gemeinschaftsstand Netzwerk „Aktiv in der Natur“)

Termin/Ort: **abgesagt**  
 Stand: Infocounter

### Tag der deutschen Einheit

Termin/Ort: **zu Gast bei Expo der TMB 12./13.9.**  
 Stand: Infocounter  
 Beteiligungsmögl.: kurzfristig

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

### welovetravel

Termin/Ort: **Berlin / Online, 16.-18.10.**  
 Stand: Anschließter bei TMB  
 Beteiligungsmögl.: kurzfristig

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

### Boot & Fun

Termin/Ort: 19. - 22. November in Berlin  
 Stand: kleiner Infocounter  
 Beteiligungsmögl.: Prospektservice, Info folgt in Kürze

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

Die Preise verstehen sich immer zzgl. MwSt.

### Prospektservice:

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**
  - Imagebroschüren bei allen Auslandsmessen
- b) **im Rahmen Netzwerk „Aktiv in der Natur“**
- d) **des Verbandes zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V. (pro agro) -> nach Bedarf und Anmeldung**
- e) **der Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“**
- f) **IGW Internationale Grüne Woche Berlin**  
*Präsentationen der Landkreise OPR bzw. OHV*

Ansprechpartner: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

## 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 2020:

**„Wasser entdecken“**

**„Familienzeit“** (soll über 3 Jahre gehen)

### **Herbst-/Winter-Kampagne**

Profilthema 2020:

**„Radfahren“**

### **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:           Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637  
                                       Jörn Fritsch, Tel. 03391 - 659636

### Publikationen des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V.

#### **„Leinen los und Fahrt aufnehmen in der Brandenburgischen Seenplatte!“**

Auflage/Format:           ca. 20.000 Stück, DIN A4, 4-farbig  
 Erscheinungstermin:    15. November 2020  
 Inhalt:                     ausführliche Imagebeschreibung zu unseren Hauptthemen mit Hilfe von Tourenbeschreibung sowie Storytelling, angereichert mit Ausflugstipps und Empfehlungen durch die Region  
 Kosten:                    ab 120 €: Mini-Eintrag, 1/3 Seite PR Beitrag: 550 €, 1/2 Seite PR-Beitrag 750 €, 1/1 Seite PR-Beitrag 1.300 €

#### **„Angeln in der Brandenburgischen Seenplatte“**

Auflage/Format:           ca. 20.000 Stück - Karten-Faltflyer DIN lang  
 Erscheinungstermin:    2020  
 Inhalt:                     Übersichtskarte zur Thematik Angeln

Darüber hinaus unterstützt der TRS die landesweiten Themenkampagnen, welche die Dachmarke Brandenburg in den Märkten positionieren.

#### Maßnahmen:

- durch ein einheitliches Design der Printprodukte die Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte deutlicher hervorheben und am Markt platzieren
- Erstellung eines wassertouristischen Handbuches zur Einführung in die wasserseitigen Aktivitäten wie Hausboot- und Kanufahren

## 8. Online

Im Mittelpunkt der Online-Kommunikation steht die Homepage [www.ruppiner-reiseland.de](http://www.ruppiner-reiseland.de). Hier werden die unterschiedlichen Themenwelten „Wasser entdecken“, „Natur aktiv“ sowie „Kultur erleben“ bespielt.

Die Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte spielt bei der Themenauswahl sowie der Auspielungstärke eine entscheidene Rolle.

Verstärkt werden auch die Social Media Kanäle bespielt und zur erweiterten Online-Kommunikation genutzt.

Facebook: Ruppiner Seenland

Instagram: das\_ruppinerseenland -> #visitruppinerseenland & #ruppinerseenland

Twitter: RuppSee

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

- [www.ruppiner-reiseland.de](http://www.ruppiner-reiseland.de)
- [www.brandenburgische-seenplatte.de](http://www.brandenburgische-seenplatte.de)
- [www.havelradweg.de](http://www.havelradweg.de)
- [www.bike-berlin-copenhagen.com](http://www.bike-berlin-copenhagen.com)
- [www.barrierefreie-reiseziele.de](http://www.barrierefreie-reiseziele.de)
- [www.deuschetonstrasse.de](http://www.deuschetonstrasse.de)

### 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 TI Rheinsberg, TI Neuruppin, TI Lindow (Mark), TI Oranienburg sowie die REGiO-Nord
- zudem wird der Bereich der barrierefreien POI's durch Informationen zum Komfort ergänzt, hier werden dann zusätzliche Angaben durch die Leistungsträger benötigt - diese werden ab dem 2. Quartal abgefragt/ erhoben
- Relaunch zu einer responsiven Website inkl. neuerem Design und Bausteinen\*
- Ausbau der Social Media Kanäle für eine bessere Sichtbarkeit im Web sowie Verdeutlichung der Marke „Ruppiner Seenland“ in der Brandenburgischen Seenplatte
  - Facebook derzeit **970** Abonnenten (Vergleich Dez.19: 742 Abo.)
  - Instagram derzeit **1.907** Abonnenten (Vergleich Dez.19: 1.160 Abo.)
  - Twitter derzeit **436** Follower (Vergleich Dez.19: 386 Follower)
- Weiterentwicklung der Leitprodukte für das Ruppiner Seenland entlang der Marke zur Profilschärfung der Region
- 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, einer Landing-Page beim WLAN-Zugang oder einem digitalen Touchpoint mit Hardware (*TV Ruppiner Seenland hat eine Hauptlizenz*)

\* unter Finanzierungsvorbehalt

## 9. Informations- und Reservierungssystem

Der Tourismusverband Ruppiner Seenland beteiligt sich am landesweiten Informations- und Reservierungssystem TOMAS (IRS) als Volllizenznehmer:

- Eingabe und kontinuierliche Aktualisierung der Stammdaten aller beteiligten Leistungsträger (LT) auf Ortsebene, soweit diese nicht von den Orten übernommen wird
- Buchung von touristischen Leistungsträgern und Steigerung des Angebotes auch auf Landesebene

Die eigenständige Datenpflege von Preisen, Verfügbarkeiten, Merkmalen, Beschreibungen sowie Bildern durch den LT selbst und nicht mehr zwangsweise über die Buchungsstelle (TRS) ist über einen **T-Manager** möglich. Dieser kann durch den Verband eingerichtet werden.

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

Ansprechpartner:                   Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637  
  Beatrice Kluzikowski, Tel. 03391 - 659635

### Maßnahmen:

- Erweiterung des Buchungsbestandes durch Akquise von neuen Leistungsträgern
- konsequente Umwandlung aller TClient-Zugänge zum kostenfreien T-Manager für eine bessere, unabhängige Handhabung durch die Leistungsträger
- Beratung zur Anbindung durch einen Channel-Manager
- Integration der neuen Buchungsmöglichkeit für „Bausteine“ (touristische Dienstleistungen)

## 10. Medienarbeit

### Regionale Pressearbeit

Erstellung von Presstexten zu verschiedenen aktuellen touristischen Themenschwerpunkten des Verbandes sowie der Reiseregion mit Versendung an regionale Tagesmedien, Radio und TV. Sowie nach Anlass Pressegespräche mit Informationen zu aktuellen touristischen Fragen/Themen im Ruppiner Seenland in der Brandenburgischen Seenplatte.

2. März 2020: *Pressegespräch*  
*anlässlich der ITB Internationale Tourismusbörse*

### 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: Itta Olaj, Tel. 03391 - 659637

### Maßnahmen:

- Stärkerer Ausbau einer regionalen nach innen gerichteten Kommunikation und Pressearbeit durch mehr Pressemitteilungen