

22.09.2016

Marketingplan 2017

WITO Barnim
Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft mbH des Landkreises Barnim

Alfred-Nobel-Straße 1
16225 Eberswalde

Tel.: (0 33 34) 59 100
Fax: (0 33 34) 59 222

info@barnimerland.de



Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft mbH des Landkreises Barnim

Alfred-Nobel-Straße 1 · 16225 Eberswalde · Tel. (0 33 34) 59 100 · Fax (0 33 34) 59 222 · E-Mail: info@barnimerland.de · www.barnimerland.de

I. Vorwort

Der Marketingplan gibt den Mitgliedern und Partnern der WITO Barnim eine Orientierung über die geplanten Marketingmaßnahmen im Jahr 2017. Durch die Abstimmung mit der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, den Vereinen, der KAG Region Heidekrautbahn, der KAG Region Finowkanal und der Tourismuswirtschaft im Reisegebiet verstärken die geplanten Maßnahmen die entsprechende Aufmerksamkeit in den Quellmärkten.

Der Marketingmix der WITO Barnim gliedert sich in die Segmente Marktforschung, Binnenkommunikation, Werbung, Verkaufsförderung (Promotionsveranstaltungen, Messen / Workshops), Eigenmedien (Reisemagazin, Broschüren, Flyer), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit) sowie das Internet.

Die im Folgenden aufgeführten Maßnahmen bieten den touristischen Anbietern vielfältige Möglichkeiten sich an regionalen und überregionalen Vermarktungsplattformen zu beteiligen.

Zur Realisierung der gemeinsamen Ziele und für Nachfrage stehen Ihnen die Mitarbeiter der WITO Barnim – Bereich Tourismus – gern zur Verfügung. Eventuelle Abweichungen vom vorliegenden Plan sind Ausdruck einer am Marktgeschehen orientierten Flexibilität.

Der vorliegende Marketingplan sowie Informationen zu einzelnen Maßnahmen werden im Internet auf www.barnimerland.de unter „Tourismus intern“ ständig aktualisiert und kann bei Bedarf heruntergeladen werden.

Ansprechpartner der WITO Barnim / Bereich Tourismus

WITO Barnim GmbH
Alfred- Nobel- Str. 1
16225 Eberswalde

Tel.: (0 33 34) 59 100
Fax: (0 33 34) 59 222
Email: info@barnimerland.de

Ansprechpartner	Funktion	Telefon
Rüdiger Thunemann	Geschäftsführung	- 59 233
Sabine Grassow	Leiterin Bereich Tourismus	- 59 101
Tine-Marie Miers	Mitarbeiterin	- 59 100
Jens Peitsch	Mitarbeiter	- 59 102
Dr. Rüdiger Schulz	Prospektvertrieb	(01 52) 075 20 927
William Skrzypczak	Auszubildender	- 59 103



II. Grundlagen der Marketingplanung

- **Zentrale Aspekte für die Marketingplanung**
 - Integriertes Marketing unter der Marketingstrategie der „Tourismus-Marke-Brandenburg“
 - Marketingplan 2017 der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)
 - Landestourismuskonzeption Brandenburg
 - Schwerpunktthemen der DZT und der TMB
 - „Grundsätze zur weiteren Ausgestaltung des Tourismus im Land Brandenburg“
 - Ergebnisse des Tourismusbarometers des OSV
 - Marktforschungsergebnisse der vergangenen Jahre
 - Abstimmung mit den touristischen Akteuren aus dem Barnimer Land
 - Fortführung der bisherigen Marketingmaßnahmen
 - Reisemagazin, Erlebnis Barnim, Veranstaltungskalender als übergreifende Standardkataloge

- **Zentrale Vertriebschienen**
 - Medienarbeit
 - Promotionsveranstaltungen / Fachmessen / Workshops
 - Internet

- **Marketingschwerpunkt „Aktiv in der Natur“**
 - Radfahren
 - Wandern
 - Wasser

III. Binnenkommunikation / Innenmarketing

- Einladung zu themenbezogenen Beratungen
- Infotouren durch den Barnim
- Saisonabschlussveranstaltung
- Teilnahme an Ausschüssen des Landkreises und der Kommunen
- Teilnahme an Vereinssitzungen und Beratungen touristischer Anbieter
- Teilnahme an regionalen Messen / Veranstaltungen
- Abstimmung über Prospektauslagen regional + Prospektständer
- www.barnimerland.de
 - Inhalt: Internetbasierte Informationsplattform für die Barnimer Tourismuswirtschaft, u. a. mit Download-Möglichkeiten für den Marketingplan
 - Möglichkeit: Einstellen aller News aus dem Tourismus auf der Startseite
- Erstellung zusätzlich:
 - mobilen Website (analog zur Internetseite)
 - Facebook-Account
 - Bewertungsfunktion auf www.barnimerland.de

- **Infotouren durch den Barnim**

Teilnehmer: TV- Vorsitzende, Tourismuskordinatoren,
Mitarbeiter aus den TI-Stellen, Hotelrezeptionen, e. t. c.
WITO übernimmt Kosten für den Bus; Organisation durch die „Region“

Termin: 29. März 2017

Ziel: IGA 2017 Berlin

verantwortlich: WITO-Team

Eine weitere Info-Tour im Herbst kann stattfinden, wenn eine „Region“ aus dem Landkreis Barnim die Organisation übernimmt.

- **Touristischer Saisonausklang 2017**

Termin: IV. Quartal 2017

Thema: ? **Ort:** ?

Die WITO Barnim lädt Interessierte zum offenen Informationsaustausch ein.

IV. Kooperationen

Die WITO Barnim kooperiert und arbeitet unter anderem eng zusammen mit folgenden Partnern:

Landkreis Barnim

Lokale touristische Vereine, Städte, Ämter und Gemeinden des Landkreises Barnim

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Landestourismusverband Brandenburg e.V. / DTV

Reisegebietsverbände des Landes Brandenburg

IHK Industrie- und Handelskammer Ostbrandenburg

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.

pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.

ADFC Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg GmbH

V. Promotionveranstaltungen / Messen

Ziel: Gezielte Informationen über die Reiseregion und deren touristischen Angebote an Endverbraucher und Wiederverkäufer - Imagebildung/Steigerung des Bekanntheitsgrades

Internationale Grüne Woche 2017

Präsentation der Reiseregion mit Produkten regionaler Anbieter

Termin: 20. bis 29. Januar 2017

Ort: Berlin

Zielgruppe: Endverbraucher, Medien, Multiplikatoren

boot 2017

Präsentation der Reiseregion in Kooperation mit der WinTo

Termin: 21. bis 29. Januar 2017

Ort: Düsseldorf

Zielgruppe: Endverbraucher, Medien, Multiplikatoren

Reisen Hamburg 2017 TMB - Prospektservice

Termin: 8. bis 12. Februar 2017

Ort: Hamburg

Zielgruppe: Endverbraucher, Medien, Multiplikatoren

ITB Internationale Tourismus Börse Berlin 2017

Präsentation im Rahmen des Gemeinschaftsstandes Land Brandenburg

Termin: 08. bis 12. März 2017

Ort: Berlin

Zielgruppe: Fachpublikum, Endverbraucher
(drei Fachbesuchertage)



VELO Berlin 2017

Termin: 1. bis 2. April 2017
Ort: Berlin
Zielgruppe: Fachpublikum, Endverbraucher

IGA 2017

Präsentation im Rahmen des Projektmanagements „Metropolregion Ost“ Berlin-Brandenburg

Termin: 8. und 9. Juli 2017
Ort: Berlin
Zielgruppe: Endverbraucher

Bühnenpräsentation von regionalen Gruppen (Tanz, Musik, Sport etc.) – Infostände, Mitmachaktionen

VI. Vermarktung in Polen

- Kooperationen mit Partnern (die bereits auf den polnischen Markt werben)
- Bündelung aller polnisch sprachigen Angebote
- Vernetzung von touristischen Leistungsträgern, die den polnischen Markt für sich erschließen möchten

Marketingpaket Polen 2017 mit der TMB

- Medienkooperationen; redaktionelle Veröffentlichungen
- Postings in polnisch-sprachigem TMB-Facebook-Auftritt
- Beteiligung an Messen (z.B. Picknick an der Oder in Stettin; Tour Salon Poznan)

VII. Kataloge/ Broschüren

• Reisemagazin 2018

Erscheinungstermin: November 2017
Auflage / Format: 30.000 / DIN A4

Inhalt:

zentraler Verkaufskatalog der WITO Barnim für das Reisegebiet Barnimer Land mit einem Imageteil (deutsch), einer Karte und einem integriertem Gastgeberverzeichnis
Bearbeitung besonderer Themenschwerpunkte: Gaststätten, Wassertourismus, Wandertouren, Radwandern, Reiten, Kultur, Museen und Galerien, Kinder- und Jugendangebote, Ausflusstipps und besondere Veranstaltungen

Redaktionsschluss: 31.08.2017



- **Veranstaltungskalender März 2017 – März 2018**
Kennzeichnung der Veranstaltungen zur DZT-Kampagne 2017
„Luther – 500 Jahre Reformation“

Erscheinungstermin: März 2017

Auflage / Format: 15.000 / A6 - Taschenformat

Inhalt:

ca. 1.500 Veranstaltungen im Barnim von März 2017 bis März 2018 mit Informationen über die Veranstalter und Kennzeichnung der Kinderveranstaltungen
Redaktionsschluss: 09. Dezember 2016

- **Veranstaltungskalender Oktober 2017 – März 2018**
besondere Kennzeichnung der Weihnachts- und Silvester-
veranstaltungen

Erscheinungstermin: Oktober 2017

Auflage / Format: 10.000 / A6 - Taschenformat

Inhalt:

ca. 1.000 Veranstaltungen im Barnim von Oktober 2017 bis März 2018 mit Informationen über die Veranstalter und Kennzeichnung der Kinderveranstaltungen
Redaktionsschluss: 02. September 2017

Nachdruck der Publikationen:

- **Erlebnis Barnim – „Radtouren“**

Auflage / Format: 15.000 / 18,5 x 25 cm

Inhalt: themenspezifischer Inhalt (Rad)

- **Erlebnis Barnim – „Wandertouren“**

Auflage / Format: 15.000 / 18,5 x 25 cm

Inhalt: themenspezifischer Inhalt (Wandern)

- **Erlebnis Barnim – „Badeseen & Wassersport“**

Auflage / Format: 15.000 / 18,5 x 25 cm

Inhalt: themenspezifischer Inhalt (Wasser)

- **Museen & Heimatstuben**

Auflage / Format: 15.000 / A6 - Taschenformat

Inhalt: themenspezifischer Inhalt
(Museen & Heimatstuben)

VIII. Beteiligung unter anderem an:

www.reiseland-brandenburg.de – Landesweite Internetseite der TMB

- Dateneingabe, Pflege und Verwaltung der Angebote und Leistungsträger aus dem Barnimer Land
- Eingabe und Pflege des Veranstaltungskalenders der gesamten Region

pro agro

- Landurlaub Brandenburg
- Pferdeland Brandenburg
- Ausflugsplaner (4x im Jahr)

www.naturreich.de

- Eingabe und Pflege der regionalen Redaktionsbeiträge

Berlin-Usedom-Stettin

- Eingabe und Pflege der regionalen Redaktionsbeiträge

DB Regio

- Servicebüro RegioPUNKT im Bahnhof Berlin-Hauptbahnhof
- *ganzjährige* Auslage des „Reisemagazins“

IX. Internet www.barnimerland.de

- Informieren
- Kommunizieren
- Verkaufen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Facebook

X. Öffentlichkeitsarbeit / PR-Aktionen/ redaktionelle Zuarbeiten

für regionale und überregionale Medien, Interviews für Rundfunk, Journalistenbetreuung

XI. Event-Marketing

Unterstützung von regionalen Events