

**Lausitzer
Seenland**



Hier taucht Glück Plus

Marketingplan 2018

Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.

I. Allgemeines zum Marketingplan 2018

Der Marketingplan des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e.V. (TV LSL) gibt einen umfassenden Überblick zu allen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, die der Tourismusverband innerhalb und außerhalb des Reisegebietes plant. Er beinhaltet Aktivitäten des Innenmarketings, Messen, Publikationen, Internet sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Dieses Papier richtet sich vor allem an die touristischen Partner der Region, wie touristische Anbieter, Kommunen und Landkreise, die damit eine Planungshilfe für ihre eigenen Vermarktungsaktivitäten erhalten. Dadurch soll das touristische Netzwerk in der Region gestärkt und ausgeweitet werden. Denn nur mit gebündelten Kräften und einer kontinuierlichen Zusammenarbeit können Marketingmaßnahmen durchgeführt werden, die genug Durchschlagskraft haben, um die gemeinsamen Ziele der Beteiligten und jedes Einzelnen bestmöglich zu erreichen.

Die konkrete Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern und Kommunen der Region erfolgt u.a. in den vier thematischen Arbeitsgemeinschaften des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e.V.: AG Aktiv, AG Kultur, AG Barrierefrei, AG Kommunen sowie mit den Vertretern für Gastronomie und Beherbergung. Gemeinsam mit den AG Mitgliedern und dem Marketingausschuss werden Marketingmaßnahmen abgesprochen, die im vorliegenden Marketingplan berücksichtigt werden.

Darüber hinaus richtet sich der Marketingplan aber auch an überregionale Partner, die benachbarten Reisegebiete und die Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) sowie die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS), denen hiermit ebenfalls Kooperationsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Die Marketingpläne von TMB und TMGS wurden bei der Erarbeitung des vorliegenden Marketingplans berücksichtigt, wobei die Marketingmaßnahmen der TMGS für 2018 nur für die Bereiche Messen und Aktiv vorlagen.

Der Marketingplan 2018 beruht auf dem touristischen Marketingkonzept des Lausitzer Seenlandes (2017), das die Grundlage für alle Aktivitäten des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e.V. bildet. Die hierin getroffenen Aussagen zu Leitbild, Zielgruppen und Handlungsempfehlungen stellen die Leitlinie für die Arbeit des Verbandes dar.

Derzeit wird an der Verschmelzung mit dem Tourismusverband Niederlausitz e.V. zum 01.01.2018 gearbeitet. Bei einem positiven Ausgang werden thematisch passende Aufgaben weitergeführt und die Anbieter integriert.

Hinweis: Dies ist ein Planungspapier, dessen Umsetzung im Einzelnen an die jeweiligen Umfeldbedingungen angepasst werden muss. Die Realisierung einzelner Projekte und Maßnahmen erfolgt deshalb vorbehaltlich einer gesicherten Finanzierung, der Kooperation touristischer Partner bzw. der Erzielung weiterer Einnahmen. Zudem können weitere, nicht planbare Maßnahmen das Marketingpaket des Tourismusverbandes ergänzen.

Ihre Ansprechpartner beim Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. sind:

Kathrin Winkler
Geschäftsführerin
Tel. 03573 725300-13
winkler@lausitzerseenland.de

Marcus Heberle
Produkte/Marketing
Tel. 03573 725300-12
heberle@lausitzerseenland.de

Katja Wersch
PR/Marketing
Tel. 03573 725300-10
wersch@lausitzerseenland.de

Anja Meisler
Finanzen/Buchhaltung
Tel. 03573 725300-14
meisler@lausitzerseenland.de

Antje Boshold
Projektmanag. Energie-Route
/ Industriekultur Brandenburg
Tel. 0163 6128439
info@energie-route-lausitz.de

Diana Lesche
Leiterin TI Senftenberg
Tel. 03573 1499010
lesche@lausitzerseenland.de

Birgitt Jacob
Mitarbeiterin TI Senftenberg
Tel. 03573 1499010
jacob@lausitzerseenland.de

Laura Schmidt
Leiterin TI Hoyerswerda
Tel. 03571 2096170
schmidt@lausitzerseenland.de

Anja Heeger
Mitarbeiterin TI Hoyerswerda
Tel. 03571 2096170
heeger@lausitzerseenland.de

Ulrike Haselbauer
Mitarbeiterin TI Hoyerswerda
Tel. 03571 2096170
haselbauer@lausitzerseenland.de

II. Maßnahmen des Kommunikationsmixes auf einen Blick

Die geplanten Aktivitäten des TV LSL aus verschiedenen Marketingbereichen sind im Folgenden aufgeführt. Neben den eigenen Maßnahmen werden darüber hinaus Vertriebs- bzw. Präsentationsmöglichkeiten der Partner genutzt, um das Vermarktungspotential der Region zu erhöhen. Auf die Schaltung von Werbeanzeigen wird aus Budgetgründen bis auf wenige Ausnahmen verzichtet.

Marktforschung

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Marktforschungsstudie „Destination Brand“	ganzjährig	Seite 8

Marke „Lausitzer Seenland“

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Nutzung der Wort-Bild-Marke „Lausitzer Seenland“ (Logo)	ganzjährig	Seite 8
Seenlandprodukte mit Label	ganzjährig	Seite 8

Innenmarketing

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Tourismus-Newsletter „Flaschenpost“	je nach Bedarf, anlassbezogen	Seite 9
Service für Touristiker auf www.lausitzerseenland.de / interner Mitgliederbereich	ganzjährig	Seite 9
Maskottchen Lausitzer Seenland	ganzjährig	Seite 9
Tourismustag Lausitzer Seenland	19. März 2018	Seite 9
Regionalkonferenz Lausitzer Seenland	14. November 2018	Seite 10
Arbeit der AG's des TV LSL		
Arbeit der AG Aktiv	ganzjährig	Seite 10
Arbeit der AG Kultur	ganzjährig	Seite 10

Arbeit der AG Barrierefrei	ganzjährig	Seite 10
Arbeit der AG Kommunen	ganzjährig	Seite 10

Qualitätskampagne

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Informationstour für Touristiker	Herbst 2018	Seite 11
Tourismus-Pass Lausitzer Seenland (Weiterbildungs-Pass für Touristiker)	ganzjährig	Seite 11
Weiterbildung für Reiseleiter/Gästeführer	jährlich	Seite 11
Zertifizierungen	ganzjährig	Seite 12

Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen

Maßnahme	Termin	Ansprechpartner	Weitere Infos
Reisemesse Dresden	26. – 28.01.2018	TV LSL	Seite 13
Beach&Boat Leipzig	15.-18.02.2018	TV LSL in Kooperation	Seite 13
ADFC-RadReiseMesse Hamburg	25.02.2018	TV LSL in Kooperation	Seite 13
For Bikes Prag	06. – 08.04.2018	TV LSL in Kooperation	Seite 13
VELOBerlin	14.-15.04.2018	TV LSL	Seite 14
Seenlandtage mit Saisonstart	28.-29.04.2018	TV LSL	Seite 14
Messe-Prospektservice	Messesaison 2018	TV LSL	Seite 14
Verleih von Messestand-Equipment	ganzjährig	TV LSL	Seite 15

Auslandsmarketing

Maßnahme	Termin	Ansprechpartner	Weitere Infos
TMB Marktbearbeitung Tschechien	2018	TMB / TV LSL nach Abstimmung mit TMB	Seite 15

Publikationen

(eigene bzw. Kataloge / Broschüren in Kooperation mit Partnern)

Maßnahme	Erscheinungs-termin	Herausgeber	Weitere Infos
Seenland Magazin 2018/19	Januar 2018	TV LSL	Seite 16
Erlebniskarte Lausitzer Seenland	April 2018	TV LSL	Seite 16
Faltblatt ENERGIE-Route	Frühjahr 2018	TV LSL	Seite 17
Faltblatt Niederlausitzer Bergbautour	April 2018	TV LSL	Seite 17
Faltblatt Camping	Januar 2019	TV LSL	Seite 17
Prospekt Barrierefrei	Januar 2019	TV LSL	Seite 17
Prospekt Tschechien	März 2019	TV LSL	Seite 17
Publikationen der Partner			
Faltblatt Schiffbarkeit	Anfang 2. Quartal 2018	ZV LSS / ZV LSB	Seite 18

Presse- und Medienarbeit

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Presse- und Bloggerreisen	ganzjährig nach Bedarf	Seite 19
Pressemitteilungen	ganzjährig, anlassbezogen	Seite 19
Pressedienst überregional	anlassbezogen	Seite 19

Rechercheunterstützung	ganzjährig nach Bedarf	Seite 20
Online-Presseauftritt	ganzjährig	Seite 20

Internet

Maßnahme	Weitere Infos
Anbiereintrag mit Verlinkung	Seite 21
Präsentation und Vermittlung von buchbaren Reiseangeboten	Seite 21
Datenmanagementsystem (DAMAS) der TMB	Seite 21
Veranstaltungskalender	Seite 22
Aktuelle Informationen unter „Aktuelle Meldungen“	Seite 22
Newsletter für Endkunden	Seite 23
Online-Buchungssystem	Seite 23
Online-Gastgeberverzeichnis	Seite 24
Online-Shop	Seite 24
Social-Media-Kanäle	Seite 24

Produktentwicklung

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Leitprodukte Marke „Lausitzer Seenland“	ganzjährig	Seite 25
LEADER-Projekte	ganzjährig	Seite 25
Saisonverlängernde Maßnahmen	ganzjährig	Seite 26

Projekt Familientourismus

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Familientourismus im Lausitzer Seenland	ganzjährig	Seite 26

*Projekt ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur /
Netzwerk Industriekultur Brandenburg*

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur / Netzwerk Industriekultur Brandenburg	ganzjährig	Seite 27

Projekt Barrierefreier Tourismus

Maßnahme	Termin	Weitere Infos
Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit	ganzjährig	Seite 28
Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“	ganzjährig	Seite 28

III. Marktforschung

1. Marktforschungsstudie „Destination Brand“

Wer sich von der Konkurrenz abgrenzen will, muss sich als touristische Destinationsmarke eindeutig über persönlichkeitsmerkmale positionieren. Und zwar über die, die sich auch profilschärfend auswirken. Die Profilstudie Destination Brand ermöglicht es, genau diese Eigenschaften der Destination zu untersuchen.

Die seit 2009 implementierte Studienreihe Destination Brand misst die nachfrageseitige Wahrnehmung deutscher Destinationsmarken auf dem deutschen Quellmarkt. Dabei handelt es sich um eine Studienreihe mit abwechselnden Schwerpunkten (Markenstärke | Themenkompetenz | Profileigenschaften). Die Studie wird durch inspektour verantwortet und wird in Kooperation mit dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste weiterentwickelt. Die Repräsentativität der Ergebnisse wird von dem renommierten Marktforschungsunternehmen GfK sichergestellt.

Durchführungszeitraum: ab 2018

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

IV. Marke „Lausitzer Seenland“

1. Nutzung der Wort-Bild-Marke „Lausitzer Seenland“ (Logo)

Der TV LSL ist eingetragener Besitzer der Wort-Bild-Marke „Lausitzer Seenland“. Der TV LSL stellt die Wort-Bild-Marke laut den im „Handbuch für die Marke Lausitzer Seenland“ vorgegebenen Verwendungsmöglichkeiten auf Anfrage zur Verfügung. Um die Destinationsmarke Lausitzer Seenland in der Kommunikation zu vermitteln, wird das Logo Lausitzer Seenland um den Claim „Hier taucht Glück Auf“ ergänzt.

Beteiligungsmöglichkeit:

- Leistungsträger, Gastgeber und Kommunen können mit dem Logo auf eigenen Printprodukten, Geschäftspapier, Internetseiten, etc. werben.
- Ein schriftlicher Antrag für die informative/ werbliche oder kommerzielle Nutzung des Logos ist an den TV LSL (Formular erhältlich) zu stellen.
- kommerzielle Nutzer schließen mit dem TV LSL einen Lizenzvertrag ab

Kosten:

- für informative/werbliche Zwecke: kostenlos
- für kommerzielle Zwecke: Kosten lt. Lizenzvertrag (bei TV LSL erhältlich)

Ansprechpartner: Katja Wersch

2. Seenland-Produkte mit Label

In Kooperation mit dem TV LSL können Unternehmen gelabelte Seenland-Produkte (mit Logo Lausitzer Seenland und/oder Claim „Hier tauch Glück Auf“) herausgeben. Ausgewählte Seenland-Produkte sind in den Touristinformationen erhältlich.

Beteiligungsmöglichkeit:

- Die Seenland-Produkte können zum eigenen Wiederverkauf direkt beim Produzenten erworben werden.

Kosten:

- Die Kosten der einzelnen Seenland-Produkte sind direkt beim Produzenten zu erfragen.

Ansprechpartner: Katja Wersch

V. Innenmarketing

1. *Tourismus-Newsletter „Flaschenpost“*

Der Newsletter enthält kurz und übersichtlich aktuelle Nachrichten für Touristiker zu relevanten Aktivitäten des Tourismusverbandes und weiteren Anbietern in der Region, Beteiligungsmöglichkeiten, bevorstehenden Branchenterminen sowie weitere Serviceinformationen.

Beteiligungsmöglichkeiten: - touristische Anbieter in der Region können sich für diesen Service kostenfrei anmelden auf www.lausitzerseenland.de oder per E-Mail über info@lausitzerseenland.de
- Partner können relevante Informationen zuarbeiten

Erscheinungstermin: je nach Bedarf

Auflage: Versand an ca. 500 E-Mail-Adressen

Ansprechpartner: Katja Wersch

2. *Service für Touristiker auf www.lausitzerseenland.de / interner Mitgliederbereich*

Der Bereich Service für Touristiker bietet Informationen zu den Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen des TV LSL, u. a. mit Downloadmöglichkeiten für das Marketingkonzept und den Marketingplan, Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen, zum Buchungssystem, Nutzung Logo Lausitzer Seenland, Konzepte und Leitfäden. Der interne Bereich enthält zudem Protokolle des Marketingausschusses und der Arbeitsgemeinschaften (AG).

Ansprechpartner: Katja Wersch

3. *Maskottchen Lausitzer Seenland*

Das Seenland-Maskottchen Pit trägt zur Vermarktung und Imagesteigerung des Lausitzer Seenlandes bei und präsentiert dafür bei verschiedenen Anlässen die Region. Pit ist die Image- und Identifikationsfigur der Region und unterstützt das Marketing des Lausitzer Seenlandes. Pit ist z.B. auch für Events und Unternehmensfeiern buchbar. Weitere Informationen zu Pit gibt es auf www.lausitzerseenland.de.

Beteiligungsmöglichkeiten: buchen Sie Pit für ihr Firmenevent oder Veranstaltung im Lausitzer Seenland mit oder ohne Darsteller

Kosten: - Maskottchen-Kostüm ohne Kostümträger kostenfrei
- Kosten mit Darsteller auf Anfrage
Eine personelle Begleitung des Maskottchens sollte durch den Auftraggeber abgesichert werden.

Durchführungszeitraum: ganzjährig

Ansprechpartner: Katja Wersch

4. *Tourismustag Lausitzer Seenland*

Stillstand ist Rückschritt. Unsere Gesellschaft entwickelt sich weiter, Märkte ändern sich, Gästeansprüche werden höher. Daher ist es für die touristische Entwicklung in unserer Reiseregion unverzichtbar, heute schon die Weichen für morgen zu stellen. Zum Saisonauftakt veranstaltet der Tourismusverband für Anbieter aus der Region zum ersten Mal einen Tourismustag im Lausitzer Seenland in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner. Der Tourismustag löst das Wirte- sowie das Vermieterseminar ab und wird u.a. mit themenspezifischen Workshops dazu beitragen das Qualitätsdenken im Lausitzer Seenland zu verinnerlichen.

Themen: die inhaltlichen Themen befinden sich noch in Abstimmung und werden rechtzeitig bekanntgegeben.

Termin: 19. März 2018, 10.00 – 16.00 Uhr
Ort: wird rechtzeitig bekanntgegeben
Kostenbeitrag: wird rechtzeitig bekanntgegeben
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

5. Regionalkonferenz Lausitzer Seenland

Zum Saisonabschluss im Lausitzer Seenland führt der Zweckverband Lausitzer Seenland Brandenburg die Regionalkonferenz durch. (Die Inhalte der Konferenz stehen aktuell noch nicht fest).

Termin: 14. November 2018
Ort: IBA-Terrassen Großräschen
Ansprechpartner: Dana Hüttner, ZV LSB, Tel. 03573 800-317

6. Arbeit der AG's des TV LSL

Die konkrete Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern und Kommunen der Region erfolgt u.a. in den vier thematischen Arbeitsgemeinschaften des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e.V.: AG Aktiv, AG Kultur, AG Barrierefrei, AG Kommunen. Gemeinsam mit den AG Mitgliedern und dem Marketingausschuss werden Marketingmaßnahmen abgesprochen, die im vorliegenden Marketingplan berücksichtigt werden.

a) Arbeit der AG Aktiv

- Aufbereitung, Bündelung, Vermarktung von Aktivangeboten für die Zielgruppe „Familie“
- Darstellung der Aktiv-Anbieter auf dem Tourismusportal www.lausitzerseenland.de
- Aktivangebote online buchbar machen, auf einer Buchungsplattform

Leiter der AG: Sören Hoika, E-Mail: info@iba-tours.de, Tel.: 035753 261-23

b) Arbeit der AG Kultur

- Gemeinsame Beteiligung der AG-Partner an den Seenlandtagen 2018
- Aufstellen und Umsetzen eines Facebook-Regieplans über www.lausitzerseenland.de
- Bündelung buchbarer Angebote für die Zielgruppe Reiseveranstalter
- Entwicklung einer Hotel-Mappe
- Entwicklung Storytelling

Leiter der AG: Stefan Heinz, E-Mail: stefan-heinz@museum-osl.de, Tel.: 03573 2628

c) Arbeit der AG Barrierefrei

- Informationsaustausch zu deutschlandweiten Aktionen im barrierefreien Tourismus
- Inhaltliche Vorbereitung eines Fördermittelantrags zur Entwicklung von barrierefreien Angeboten und deren Vermarktung (Online und Print)
- Aufbau einer barrierefreien touristischen Servicekette im Lausitzer Seenland

Leiterin der AG: Petra Loewa, E-Mail: loewa@drebkau.de, Tel.: 035602 526710

d) Arbeit der AG Kommunen

- Identifikation der Kommunen mit dem Lausitzer Seenland stärken
- AG dient als Informationsplattform zwischen den Kommunen im Lausitzer Seenland
- Die AG sieht sich als Bindeglied zwischen Kommune – Leistungsträger – TV LSL

Leiterin der AG: Manuela von Schroedel-Siemau, E-Mail: schul-kulturamt@lauchhammer.de, Tel.: 03574 488-300

VI. Qualitätskampagne

1. Informationstour für Touristiker

Die Informationstour ist eine Veranstaltung für Anbieter, für Mitarbeiter der anerkannten touristischen Informationsstellen im Reisegebiet sowie Mitarbeiter aus dem Bereich Tourismus der Landkreise und Kommunen. Sie soll zum gegenseitigen Kennenlernen von Angeboten und Anbietern im Lausitzer Seenland beitragen und zum Aufbau von Kooperationen inspirieren.

Termine:	Oktober 2018
Ziel:	Die Tourauswahl erfolgt im Juni 2018
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

2. Tourismus-Pass Lausitzer Seenland (Weiterbildungs-Pass für Touristiker)

Bei dem „Tourismus-Pass“ handelt es sich um ein Innenmarketinginstrument. Anbieter aus dem Lausitzer Seenland und deren Mitarbeiter sollen mit dem Tourismus-Pass in die Lage versetzt werden Angebote aus dem gesamten Seenland live kennenzulernen. Kernaussage: „Nur Angebote und Service die ich persönlich vor Ort kennengelernt und selbst erfahren habe, kann ich beurteilen und meinen eigenen Gästen weiterempfehlen.“

Beteiligungsmöglichkeiten:	Alle touristischen Anbieter aus dem Lausitzer Seenland und angrenzender Reisegebiete können kostenlos den Tourismus-Pass für sich und ihre Mitarbeiter beim TV LSL beziehen
Termin:	ganztjährig – Laufzeit bis Ende 2021
Ort:	der personengebundene Pass kann beim TV LSL sowie den TI's im Lausitzer Seenland bezogen werden
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

3. Weiterbildung für Reiseleiter/Gästeführer

Mit dem steigenden Bekanntheitsgrad des Lausitzer Seenlandes nimmt die Anzahl an Gruppenreisen in die Region zu. Um unseren Gästen aktuelle Informationen aus erster Hand weiterzugeben, bietet der TV LSL daher ein jährliches Schulungsprogramm für Reiseleiter/Gästeführer an.

Vorgehen:	Nur die Reiseleiter/Gästeführer, die an der jährlichen Weiterbildung erfolgreich teilnehmen werden als offizielle, autorisierte und zertifizierte Gästeführer/Reiseleiter aus dem Lausitzer Seenland durch den TV LSL publiziert und im Marketing berücksichtigt.
Beteiligungsmöglichkeiten:	- Teilnahme an einer der Pflichtveranstaltungen „Tourismustag“ oder „Infotour“ des TV LSL - Teilnahme an mindestens zwei von vier durch den TV LSL mit Partnern aus dem Lausitzer Seenland organisierten Weiterbildungsveranstaltungen (je 2 im Frühjahr und im Herbst).
Termin:	jährlich
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

4. Zertifizierungen

Für Gäste sind Qualitätsstandards eine wichtige Orientierung, v. a. bei der Unterkunftswahl. Ihre Bedeutung wächst mit dem Wettbewerb stetig. Gastgeber sollten folgende Möglichkeiten in Betracht ziehen (alle werden durch den Tourismusverband Lausitzer Seenland unterstützt). Auf www.lausitzerseenland.de werden Bett&Bike-Betriebe, Partner der Initiative „Lausitzer Gastlichkeit“ sowie geprüfte barrierefreie Angebote (Name, Adresse, Kontaktdaten) kostenfrei präsentiert und in den entsprechenden Veröffentlichungen (bei Eintrag) gekennzeichnet.

a) Klassifizierung von Privatquartieren

Der Tourismusverband Lausitzer Seenland vergibt als Prüfer im Auftrag des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) nach bundeseinheitlichen Kriterien Sterne je nach Standard eines Privatquartiers.

Beteiligungsmöglichkeiten:	Anbieter von Ferienwohnungen, Ferienhäusern, Privatzimmern etc. (bis einschließlich 9 Betten)
Kosten:	DTV-Lizenzgebühren: 24,99 € zzgl. MwSt. pro klassifiziertem/ Ferienhaus/-wohnung und einmalig pro Privatzimmeranbieter (bis 9 Betten), plus Überprüfungsgebühren vor Ort: 90,00 € zzgl. MwSt. für das 1. Objekt, 70,00 € zzgl. MwSt. für jedes weitere Objekt. Für baugleiche Objekte fällt die Überprüfungsgebühr nur einmal an.
Gültigkeit:	Klassifizierung ist drei Jahre gültig
Ansprechpartner:	Birgitt Jacob (Brandenburg), Anja Heeger (Sachsen)

Hier finden Sie Informationen zu weiteren Zertifizierungen:

b) Deutsche Hotelklassifizierung

www.hotelsterne.de

c) Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen (G-Klassifizierung)

www.g-klassifizierung.de

d) ServiceQualität Deutschland in Brandenburg und Sachsen

www.q-deutschland.de

e) Qualitäts- und Marketinginitiative „Lausitzer Gastlichkeit“

www.brandenburger-gastlichkeit.de/regionen/lausitzer-gastlichkeit

f) Bett & Bike

www.bettundbike.de

g) Barrierefreie Erhebungen

siehe Kapitel XV.

VII. Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen

Der TV LSL besucht 2018 verschiedene Messen und Promotionsveranstaltungen in Deutschland und Tschechien. Dabei wird die Standbetreuung durch geschultes Personal des TV LSL gesichert. Im Vordergrund stehen vor allem spezielle thematische Messen, z.B. Radreisen, da diese effektiver sind und im Gegensatz zu allgemeinen Reismessen deutlich weniger Streuverluste bei der Gästeansprache aufweisen.

Bietet der TV LSL für eine Messe eine Unterausstellermöglichkeit an, gilt immer:

1. Prinzipiell werden Interessengemeinschaften von Anbietern bevorzugt berücksichtigt.
2. Differenzierte Preise für Mitglieder bzw. Nichtmitglieder des TV LSL.
3. Vorrang hat die Berücksichtigung von Mitgliedern.

1. Reismesse Dresden

Termin: 26. – 28.01.2018
Zielgruppe: Endverbraucher
Beteiligungsmöglichkeiten: - Anbieter können als Mitaussteller teilnehmen (begrenzte Anzahl), Kosten: 600,00 € zzgl. MwSt. für alle drei Messtage (gilt nur für Mitglieder des TV Lausitzer Seenland), inkl. 3 m² Standfläche, Counter, Aussteller- und Parkausweis
- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner: Marcus Heberle

2. Beach & Boat Leipzig (Wassertourismus und Wassersport-Messe)

Besucher: ca. 40.000 (bei 3 parallelen Messen)
Termin: 15.-18.02.2018
Zielgruppe: Endverbraucher aus Mitteldeutschland
Beteiligungsmöglichkeit: - Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner: Marcus Heberle

3. ADFC-Radreisemessen

ADFC-RadReiseMesse Hamburg am 25.02.2018 in Kooperation mit TV Seenland Oder-Spree und TGG Neisseland

Zielgruppe: Radtouristen
Beteiligungsmöglichkeiten: - Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben
- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

4. For Bikes Prag (Rad-Endverbraucher-Messe und Fachmesse)

Termin: 06. – 08.04.2018
Zielgruppe: Radtouristen, -ausflügler, Käufer, Fachpublikum
Beteiligungsmöglichkeiten: - Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben
- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

5. VELOBerlin (Rad-Endverbraucher-Messe und Fachmesse)

Termin:	14. - 15.04.2018
Zielgruppe:	Radtouristen
Beteiligungsmöglichkeiten:	<ul style="list-style-type: none">- Tourenanbieter, Radreiseveranstalter können als Unteranschießer teilnehmen (begrenzte Anzahl)- Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner:	Katja Wersch

6. Seenlandtage mit Saisonstart im Lausitzer Seenland

Ende April findet im gesamten Lausitzer Seenland der offizielle Saisonstart statt. Touristische Anbieter können ihr Angebot als „Saisonstart-Angebot“ zu den Seenlandtagen an diesem Wochenende melden. Der Tourismusverband übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing. Die gemeldeten Angebote werden kostenfrei auf www.lausitzerseenland.de präsentiert.

Termin:	28. + 29. April 2018
Zielgruppe:	Gäste und Einheimische
Beteiligungsmöglichkeit:	<ul style="list-style-type: none">- Anbieter können ihre Angebote dem TV LSL bis zum 23.12.2017 zwecks Vermarktung melden- das Erfassungsfomular und die Teilnahmebedingungen sind beim TV LSL anzufragen
Ansprechpartner:	Katja Wersch

7. Messe-Prospektservices

a) Prospektservice, den der TV Lausitzer Seenland für die Messesaison 2018 anbietet:

Dieses Angebot für touristische Anbieter (Übernachtung, Gastronomie, Ausflugsziele) gilt für alle o.g. Messen. Für radtouristische Anbieter besteht zudem das Angebot der Prospektauslage auf den Radmessen, die der Tourismusverband Lausitzer Seenland als Aussteller besucht. Sollte eine geplante Präsentation entfallen müssen, führt dies zu keiner Änderung an der ursprünglichen Vereinbarung zwischen Anbieter und Tourismusverband Lausitzer Seenland.

Beteiligungsmöglichkeiten:	<p>touristische Anbieter können gedruckte Angebots- bzw. Hausprospekte (nur DIN-lang: B x H 10 x 21) am Stand des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland auslegen lassen (Beratung durch Standpersonal inkl.)</p> <p>Die Prospekte und Gutscheine müssen dem Tourismusverband bis zum 20.01.2018 an die Geschäftsstelle angeliefert werden.</p>
Kosten:	<p>Gutscheine (keine Teilleistungen) für Aktionen o. Gewinnspiele des Tourismusverbandes</p> <ul style="list-style-type: none">- Übernachtungsbetriebe: Bereitstellung von Gutscheinen (Mitglieder TV LSL: inkl. mindestens <u>einer</u> Übernachtung, Nichtmitglieder TV LSL: inkl. Mindestens <u>zwei</u> Übernachtungen)- Gastronomie: Gutscheine für ein Essen (Mitglieder TV LSL: Mindestwert 30,00 €, Nichtmitglieder TV LSL: Mindestwert: 50,00 €)- andere Anbieter: nach Absprache. Gutscheine müssen jeweils die volle Leistung eines Angebots beinhalten, Teilleistungen sind nicht möglich.- Kosten für größere Formate (DINA4) auf Anfrage
Ansprechpartner:	Katja Wersch

b) Printprodukte, die der TV LSL für die Messen zur Verfügung stellt:

Der Tourismusverband stellt interessierten Anbietern und Kommunen aus dem Lausitzer Seenland aktuelle Prospekte für die Auslage auf Messen zur Verfügung.

Termin:	ganzjährig (vorbehaltlich des aktuellen Prospektbestands)
Zielgruppe:	Anbieter und Kommunen aus dem Lausitzer Seenland
Beteiligungsmöglichkeit:	terminliche Voranmeldung der gewünschten Stückzahlen des Prospektmaterials bei der Geschäftsstelle des TV LSL, Abholung im Lager der TI Senftenberg oder der TI Hoyerswerda
Kosten:	kostenlos
Ansprechpartner:	Katja Wersch

8. Verleih von Messestand-Equipment

Der Tourismusverband stellt interessierten Anbietern aus dem Laus. Seenland sein Messestand-Equipment, wie z.B. Roll-ups, Banner, Counter und Messewand zur Ausleihe zur Verfügung.

Termin:	ganzjährig (vorbehaltlich der Eigennutzung durch den TV LSL)
Zielgruppe:	Anbieter und Kommunen aus dem Lausitzer Seenland
Beteiligungsmöglichkeit:	terminliche Voranmeldung der Ausleihe in der Geschäftsstelle des TV LSL, Unterzeichnung eines Ausleihvertrags
Kosten:	- kostenlos für Mitglieder TV LSL (bei unbeschädigter Rückgabe des Materials), - Nichtmitglieder: Kosten auf Anfrage beim TV LSL
Ansprechpartner:	Katja Wersch

VIII. Auslandsmarketing

Im Bereich Auslandsmarketing bewirbt der TV LSL das Lausitzer Seenland vor allem in Tschechien. Im wichtigsten internationalen Quellmarkt wird unter Beteiligung von Partnern ein kompletter Marketingmix umgesetzt: Messe- und Workshopbeteiligungen, Presse- und Tradeveranstaltungen, Inforeisen für Reisejournalisten und Reisefachleute, Medienwerbung und Medienkooperationen, Thematisches Onlinemarketing, Kooperationen mit Reiseveranstaltern, Kooperationen mit Destinationsmarketing-Organisationen wie DZT, TMB.

1. TMB-Marktbearbeitung in Tschechien

Die TMB wird in 2018 die Marktbearbeitung in Tschechien weiterführen und mit der DZT-Prag einen konkreten Aktionsplan umsetzen. Vermarktungsthemen sind Aktivurlaub mit Radtourismus, Skaten, Lausitzer Seenland. Der TV LSL ist Exklusivpartner der Marktbearbeitung Tschechien.

Termin:	ganzjährig (Konkretisierung erfolgt im März 2018)
Zielgruppe:	Veranstalter, Reisebüros, Verlage aus Tschechien
Maßnahmen:	- Messebeteiligung „For Bikes“ in Prag, weitere Aktiv-Veranstaltungen - Busreisen-Workshop in Prag: Prospektservice - Bucon in Prag: Prospektservice - Influencer-Reise + Cover Story: Integration in Routing Bloggerreise - Beiträge in den Online-Portalen novinky.cz und hedvabnastezka.cz - Integration in Advertorial im Lidé a Země, Pressereise und Video - Medienkooperation mit Cot: Artikel auf icot.cz und in Celý o turismu - Einzelreisen für Presse und Blogger - Kooperationsmaßnahmen mit Novasol Tschechien und mit CK Trip
Ansprechpartner:	Kathrin Winkler

IX. Publikationen

Die Erstellung thematischer Printprodukte ist für den Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. ein wichtiger Bestandteil der Vermarktung von touristischen Angeboten der Region. Daneben wird sich der Tourismusverband aber 2018 auch wieder inhaltlich an regionalen/überregionalen Broschüren (z. B. der TMB, der TMGS, pro agro, der MGO) beteiligen. Alle Broschüren, bei denen der Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. Herausgeber ist, werden über vielfältige Kanäle deutschlandweit vertrieben (siehe Maßnahmen in diesem Marketingplan) und sind zudem als Download auf www.lausitzerseenland.de und www.lausitz.de abrufbar.

Eigene oder in Kooperation veröffentlichte Broschüren des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland e.V., die bereits erschienen und 2018 noch aktuell sind:

- Camping- und Wohnmobilkarte Lausitzer Seenland
- Übersichtskarte Lausitzer Seenland in Englisch
- Übersichtskarte Lausitzer Seenland in Tschechisch
- Broschüre Aktivangebote in Tschechisch (Lužická jezerna krajina - Aktivně & sportovně)
- Faltblatt „Seenland-Route“
- Faltblatt Barrierefrei „Urlaub für Alle“
- Faltblatt „Kulinarische Stadtführung Senftenberg“
- Faltblatt „Kindererlebnisse Senftenberg“
- Rätselheft „Familienrundgang Senftenberg“

1. *Seenland Magazin 2018/19*

Zum ersten Mal werden das Ferienjournal und das Gastgeberverzeichnis in einem Prospekt gemeinsam dargestellt. Das neue Seenland Magazin ist das hauptsächliche Begleitmedium für Gäste des Lausitzer Seenlandes. Es enthält Aktuelles und Informatives, Ausflugsziele, thematische redaktionelle Seiten sowie eine Reisegebietskarte. Das Gastgeberverzeichnis präsentiert die Übernachtungsangebote der Region.

Erscheinungstermin: Januar 2018 (1. Auflage),
Akquisebeginn für Ausgabe 2020/21: 05/2019,
Erscheinungstermin: 01/2020

Auflage/Format: 150.000/DIN A4 Seenland Magazin
30.000/DIN A4 Seenland Magazin+Gastgeberverzeichnis

Vertrieb: z. B. über Prospektverteilungsservice bei 50 Stationen in der Lausitz (u.a. in den Touristinfos der Lausitz), auf Messen und Promotionsveranstaltungen des TV LSL, RegioPunkt Hauptbf. Berlin, A10 Center, Touristinfos im Laus. Seenl., www.lausitzerseenland.de

allgemeine Informationen: Katja Wersch

2. *Erlebniskarte Lausitzer Seenland*

Zur Ergänzung des Seenland Magazins bringt der TV LSL eine Erlebniskarte heraus, um das Besondere der Region und die Gebietskulisse zu vermitteln. Auf der Karte durch Standortkennzeichnung und im Rahmenbereich durch Fotos werden die Leuchtturmstandorte sowie die Einzelstandorte mit regionaler Bedeutung gekennzeichnet/abgebildet. Außerdem wird das Produkt als Medium für die Vermittlung des Leitprodukts „Schaustelle Landschaft im Wandel“ genutzt.

Erscheinungstermin: April 2018

Auflage/Format: in Abstimmung

Beteiligungsmöglichkeiten: Der TV LSL behält sich vor die entsprechenden Standorte auf Grundlage der aussagen im Marketingkonzept auszuwählen.

allgemeine Informationen: Katja Wersch

3. Faltblatt „Energie-Route“

Die neue, überarbeitete Auflage des Faltblatts zur Energie-Route erscheint in Deutsch und Englisch. Das Faltblatt informiert zu Highlights, Sehenswürdigkeiten und Geheimtipps der Energie-Route.

Erscheinungstermin: Frühjahr 2018
Auflage/Format: in Abstimmung
Ansprechpartner: Antje Boshold

4. Faltblatt *Niederlausitzer Bergbautour*

Die Niederlausitzer Bergbautour ist mit ihren 555 km Länge die ambitionierteste Fernradtour im Lausitzer Seenland um aktiven Tagebau und Monumente der Industriekultur zu erkunden.

Erscheinungstermin: April 2018
Auflage/Format: in Abstimmung
Beteiligungsmöglichkeiten: kostenpflichtiger Eintrag für Bett- und Bike-Betriebe und Radservicebetriebe entlang der Route sowie Radreiseanbieter möglich
Ansprechpartner: Marcus Heberle

5. Faltblatt *Camping- und Wohnmobilstellplätze*

Camping- und Wohnmobilstellplätze im Lausitzer Seenland erfreuen sich einer steigenden Beliebtheit. Speziell für diese Gästegruppe der Campingfreunde wird das Faltblatt neu aufgelegt.

Erscheinungstermin: Januar 2019
Auflage/Format: in Abstimmung
Beteiligungsmöglichkeiten: kostenpflichtiger Eintrag für Camping- und Wohnmobilstellplatzbetreiber sowie Anzeigen für Campingservice-Unternehmen möglich
Ansprechpartner: Marcus Heberle

6. Prospekt *Barrierefrei*

Barrierefreiheit ist im Lausitzer Seenland ein wichtiges Querschnittsthema. Der neue Prospekt vermittelt die vielfältigen Möglichkeiten eines Urlaubs für Alle.

Erscheinungstermin: Januar 2019
Auflage/Format: in Abstimmung
Ansprechpartner: Marcus Heberle

7. Prospekt *Tschechien*

Tschechien ist mit Abstand der größte ausländische Quellmarkt von Gästen im Lausitzer Seenland. Der neue Prospekt in Tschechischer Sprache geht speziell auf die Interessen und Bedürfnisse der Urlauber aus unserem Nachbarland ein.

Erscheinungstermin: März 2019
Auflage/Format: in Abstimmung
Beteiligungsmöglichkeiten: kostenpflichtiger Eintrag für Freizeitanbieter möglich
Ansprechpartner: Marcus Heberle

8. Publikationen der Partner

Publikation der Zweckverbände LSB und LSS

Faltblatt Schiffbarkeit (Nachdruck)

Im Lausitzer Seenland entstehen in den nächsten Jahren viele schiffbare Gewässer, auf denen Nutzungsregeln verbindlich festgelegt sind und werden. Um eine gefahrlose Nutzung der Seen zu ermöglichen wird in dem Nachdruck des Faltblatts auf Regeln und Besonderheiten hingewiesen. Neben der Beschreibung der Sichtzeichen, Auszügen aus den Landesschiffahrtsverordnungen und Informationen zu Senftenberger See, Geierswalder See und Partwitzer See, wird es eine Übersichtskarte dieses Gewässerverbundes geben.

Erscheinungstermin:	Ende 1. Quartal 2018
Auflage/Format:	max. 5.000 / A2 auf DIN lang gefalzt
Vertrieb:	in den Hafenmeisterbüros und TI's des Lausitzer Seenlandes und weiterer Partner, Internet
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

X. Presse- und Medienarbeit

Für den TV LSL nimmt die Medienarbeit eine wichtige Rolle innerhalb des Kommunikationsmixes ein, da es mit diesen Maßnahmen möglich ist, Zielgruppen kostengünstig und schnell anzusprechen und eine höhere Glaubwürdigkeit als durch Werbung zu erzielen. Anlassbezogen werden durchgeführt: Pressegespräche, Pressekonferenzen, Pressereisen, Versand von Pressemitteilungen.

1. Presse- und Bloggerreisen

Der TV LSL bietet anlassbezogen und auf Nachfrage individuelle und Gruppenpressereisen, ggf. in Kooperation mit Partnern an, bei denen Medienvertretern die touristischen Angebote vorgestellt und gezielte Informationen zu ausgewählten Themen vermittelt werden.

Themen:	alle touristisch relevanten Themenschwerpunkte im Reisegebiet, starker Fokus auf die Themen im Sinne der Markenstrategie
Termin:	individuell, nach Bedarf
Zielgruppe:	Print-, Online- und Funkmedien sowie Blogger, regional und überregional aus dem gesamten Bundesgebiet und deutschsprachiges Ausland sowie Tschechien
Beteiligungsmöglichkeiten:	Bereitstellung von Informationsmaterial, Unterbreitung von Themenvorschlägen, inhaltliche und finanzielle Unterstützung von Führungen, Bereitstellung von Übernachtungen, Verpflegung, Programmaktivitäten, Vermittlung von Interviewpartnern
Ansprechpartner:	Kathrin Winkler

2. Pressemitteilungen

Der TV LSL erstellt und versendet an regionale und überregionale Print-, Online- und Funkmedien differenzierte Meldungen zu anlassbezogenen Themen und touristischen Themenschwerpunkten.

Anzahl/Termin:	anlassbezogen
Verteiler:	regionale und überregionale Tages-, Wochenzeitungen, Zeitschriften, touristische Fachpresse, Online-Medien, Hörfunk, TV
Beteiligungsmöglichkeiten:	Platzierung von aktuellen Themen und Angeboten, Bereitstellung von Informationsmaterial, Unterbreitung von Themenvorschlägen, inhaltliche Unterstützung, Informationen bitte per Email
Ansprechpartner:	Katja Wersch

3. Pressedienst überregional

Der TV LSL beauftragt 2018 eine externe Presseagentur zur Erstellung und Aussendung von Pressemitteilungen an überregionale Medien zu anlassbezogenen Themen.

Anzahl:	anlassbezogen
Verteiler:	überregionale Tages-, Wochenzeitungen, Zeitschriften, touristische Fachpresse, Online-Medien, Hörfunk, TV
Ansprechpartner:	Katja Wersch

4. Rechercheunterstützung

Der TV LSL unterstützt Journalisten bei ihren Recherchen zu touristischen Themen in der Region und stellt hierfür z.B. individuelle Informationen, Hintergrundinformationen oder Fotos zur Verfügung und vermittelt Interviewpartner.

Ansprechpartner: Katja Wersch

5. Online-Pressauftritt

Der TV LSL bietet einen Online-Pressbereich auf der Regionswebsite www.lausitzerseenland.de an. Hier sind aktuelle Pressemeldungen, Basistexte, Pressearchiv und Pressebilder zu finden. Fotos und Logo können nach einer Registrierung heruntergeladen werden.

Kosten: Nutzung von Textelementen und Fotos für redaktionelle Darstellungen des Reisegebietes Lausitzer Seenland für Pressevertreter kostenfrei (unter Beachtung des Copyrights). Anderweitige Nutzungen sind individuell abzustimmen.

Ansprechpartner: Katja Wersch

XI. Internet

Das Internet gewinnt auch beim Thema Urlaubsreisen immer mehr an Bedeutung: Im Januar 2017 hatten sich bereits 62 Prozent der deutschen Bevölkerung jemals im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert. Der Anteil der Onlinebuchungen nimmt kontinuierlich zu von 14 Prozent aller gebuchten Urlaubsreisen im Jahr 2006 auf 38 Prozent im Jahr 2016. Der Wandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen ist seit Jahren zu beobachten. (Quelle: FUR Reiseanalyse 2017).

Das offizielle Tourismusportal für das Lausitzer Seenland www.lausitzerseenland.de bietet aktuell neben zahlreichen Serviceangeboten und Tipps zur Reise- und Freizeitgestaltung vor allem ein breites Informationsspektrum zu den touristischen Hauptthemen im Lausitzer Seenland. Zudem besteht die Möglichkeit der Online-Buchung von Unterkünften. Veranstaltungskalender und aktuelle Meldungen ergänzen den Auftritt. Eine mobile Version der Website steht den Nutzern ebenfalls zur Verfügung. Hinsichtlich der Barrierefreiheit wurde die Internetseite optimiert. Eine umfangreiche Überarbeitung des Internetauftrittes erfolgt derzeit. Im Frühjahr 2018 ist der Relaunch der Internetseite vorgesehen. Dabei steht der richtige Mix aus Information und Emotion im Vordergrund. Der neue Webauftritt wird responsive und barrierefrei. Eine interaktive Karte vervollständigt das Serviceangebot. Den Wandel beschreibend soll der Gast die Veränderungen des Lausitzer Seenlandes hin zu einer neuen Tourismusdestination auch auf der Website miterleben können. Die aktuellen Sprachversionen in tschechischer und englischer Sprache werden mit dem Relaunch in der inhaltlichen Tiefe, inklusive interaktiver Karte, ausgebaut (Priorität tschechisch).

1. Entwicklung der Nutzerzahlen

Von Oktober 2016 bis September 2017 besuchten monatlich ca. 20.000 Nutzer die Internetseite. Je Nutzer werden im Durchschnitt drei Seiten besucht. Daraus ergeben sich ca. 78.000 Seitenaufrufe im Monat. Die Zugriffszahlen unterliegen saisonalen Schwankungen, v. a. in Abhängigkeit von den Hauptreisezeiten, d.h. die Zugriffe sind in den Sommermonaten deutlich stärker als im Winter.

2. Beteiligungsmöglichkeiten / Maßnahmen 2018

Für eine informative und aktuelle Gestaltung der Internetseiten ist auch die Beteiligung von touristischen Anbietern aus dem Reisegebiet unerlässlich. Dadurch erhöht sich nicht nur der Nutzen der Seite für den Besucher, die beteiligten Anbieter können auch die Regionswebsite als zusätzliche Werbeplattform nutzen.

a) Anbietereintrag mit Verlinkung

In verschiedenen thematischen Kategorien haben touristische Anbieter die Möglichkeit ihr Angebot mit einem Eintrag zu präsentieren. Zusätzlich wird der Eintrag auch auf www.reiseland-brandenburg.de dargestellt (siehe c).

Beteiligungsmöglichkeiten:	Touristische Anbieter und Einrichtungen, Gastronomiebetriebe, regionale Produzenten können ihr Angebot mit Text, Fotos, vollständigen Kontaktdaten inkl. Verlinkung, ggf. Öffnungszeiten und Preisen darstellen, inkl. Eintrag in interaktiver Karte (ab Relaunch Frühjahr 2018)
Kosten:	ab 40,00 Euro netto pro Jahr, richtet sich nach der Mitgliedschaft im TV LSL
Ansprechpartner:	Katja Wersch

b) Präsentation und Vermittlung von buchbaren Reiseangeboten

In verschiedenen Kategorien werden buchbare Pauschalen und Arrangements für Gruppen und Einzelreisende (insbesondere Radreisen) von Anbietern aus dem Lausitzer Seenland präsentiert und über die regionalen Touristinformationen vermittelt.

Beteiligungsmöglichkeiten:	Voraussetzung für die Darstellung eines Reiseangebotes ist der Abschluss eines Vermittlungsvertrags mit mindestens einer der Touristinformationen in Senftenberg, Hoyerswerda und Spremberg. Leistungsträger können ihre Angebote ausführlich mit einer Beschreibung, Preisen, bis zu 10 Fotos und ihrer Anschrift darstellen lassen.
Kosten:	- ab 25,00 Euro netto pro Jahr, richtet sich nach der Mitgliedschaft im TV LSL - pro vermittelte Buchung Provision je nach Regelung in Höhe von 10 Prozent
Ansprechpartner:	Katja Wersch

c) Datenmanagementsystem (DAMAS) der TMB

Das DAMAS ist die zentrale Datenbank für POIs („Points of Interest“) im Land Brandenburg, die vom TV LSL länderübergreifend für das gesamte Reisegebiet Lausitzer Seenland gepflegt und verwaltet wird. Sowohl die POIs im brandenburgischen als auch sächsischen Teil des Lausitzer Seenlandes werden auf der TMB-Website www.reiseland-brandenburg.de als auch auf der Regionswebsite www.lausitzerseenland.de ausgespielt. Für die Zusammenarbeit wurde eine Vereinbarung mit der TMB abgeschlossen.

Beteiligungsmöglichkeiten:	Touristische Anbieter und Einrichtungen, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, die einen Anbietereintrag auf lausitzerseenland.de geschaltet haben (siehe a), sich am Online-Buchungssystem (siehe g) oder Online-Gastgeberverzeichnis (siehe h) beteiligen, klassifiziert sind oder ein Qualitätssiegel wie ServiceQualität Deutschland, Bett & Bike, Lausitzer Gastlichkeit haben, werden vom TV LSL in das DAMAS eingepflegt.
Ansprechpartner:	Katja Wersch

d) Veranstaltungskalender

Gäste können Veranstaltungen des Reisegebietes Lausitzer Seenland über eine Suchfunktion auf www.lausitzerseenland.de im Veranstaltungskalender abfragen. Hier wird der Veranstaltungskalender der TMB über eine Schnittstelle integriert. Die Veranstaltungstermine werden in die Veranstaltungsdatenbank der TMB eingegeben. Die Ausspielung der Veranstaltungen erfolgt sowohl auf der Regionswebsite als auch auf www.reiseland-brandenburg.de sowie über Partnerportale und Webseiten von Reiseregionen, Tourismusverbänden, Orten und touristischen Leistungsträgern.

Beteiligungsmöglichkeiten:

Für die Eingabe von touristisch relevanten Veranstaltungen in die TMB-Verwaltungsdatenbank gibt es drei Möglichkeiten:

- Eingabe der Veranstaltungstermine durch die Touristinformationen Senftenberg, Hoyerswerda oder Spremberg, Anbieter und Veranstalter können Informationen zu Veranstaltungen an die Touristinformationen oder den TV LSL per E-Mail geben, Erfassungsformular beim TV LSL erhältlich.
Kosten: kostenfrei für Anbieter und Veranstalter in Mitgliedskommunen
- Eingabe von bis zu zehn Veranstaltungsterminen pro Jahr über ein Onlineformular auf der Website www.reiseland-brandenburg.de
Kosten: Eingabe über Onlineformular: kostenfrei
- Login für einen direkten Zugang zur Datenbank für die Eingabe einer unbegrenzten Anzahl an Veranstaltungen
Kosten: Login für direkten Datenbankzugang: 50,00 Euro netto pro Jahr (für nichtkommerzielle Institutionen kostenfrei)
Ansprechpartner TMB, Corinna Rautmann, Tel. 0331-2987371, corinna.rautmann@reiseland-brandenburg.de

Hinweis: Mit der Zuarbeit von Fotos und Angabe des Bildnachweises versichert der Anbieter Inhaber der entsprechenden Nutzungsrechte zu sein und, dass die Fotos auf www.lausitzerseenland.de veröffentlicht werden dürfen, ohne dass Dritte (z.B. der Fotograf) Ansprüche daran geltend machen können.

Ansprechpartner: Katja Wersch

e) Aktuelle Informationen unter „Aktuelle Meldungen“

Auf www.lausitzerseenland.de werden aktuelle Ereignisse, besondere Veranstaltungen und weitere touristisch interessante Informationen mit redaktionellen Artikeln mit Foto(s), Text, ggf. Kontaktdaten und Verlinkung platziert. Auswahl behält sich der TV LSL vor.

Beteiligungsmöglichkeiten: touristische Anbieter können Themenvorschläge in Form von ausformulierten Texten und mit Foto im JPEG-Format (rechtlich frei und mit Bildnachweis) zuarbeiten. Informationen per E-Mail an TV LSL
Veröffentlichung

Termin:

Kosten: kostenfrei

Ansprechpartner: Katja Wersch

f) Newsletter für Endkunden

Der Newsletter enthält kurz und übersichtlich aktuelle Nachrichten für Endkunden zu aktuellen Ereignissen, besonderen Veranstaltungen und weiteren touristisch interessanten Informationen mit einem Foto, Text, Kontaktdaten und Verlinkung. Die Auswahl der Themen behält sich der TV LSL vor.

Beteiligungsmöglichkeiten:	touristische Anbieter können Themenvorschläge in Form von ausformulierten Texten und mit Foto im JPEG-Format zuarbeiten. Informationen per E-Mail an TV LSL
Erscheinungstermin:	je nach Anlass
Auflage:	Versand an aktuell ca. 900 angemeldete E-Mail-Adressen
Ansprechpartner:	Katja Wersch

g) Online-Buchungssystem

Ferienunterkünfte im Lausitzer Seenland sind auf dem Tourismusportal www.lausitzerseenland.de online buchbar. Urlauber erhalten exakte Informationen über Verfügbarkeiten und Preise einer Unterkunft zum gewünschten Reiseternin und können diese in Echtzeit buchen. Dazu wurde 2015 das bestehende System „im-web“ aus dem Haus HRS Destination Solutions in der Region eingeführt. Beteiligte Unterkünfte sind darüber hinaus durch die angeschlossenen Touristinformationen Senftenberg, Hoyerswerda und Spremberg buchbar und werden gleichzeitig auch auf großen Urlaubsbuchungsportalen vermarktet. Der Gastgeber pflegt seine verfügbaren Zimmer oder Ferienwohnungen und -häuser selbstständig im System und gleichzeitig für alle Vertriebskanäle. Grundlage ist der Abschluss eines Vermittlungsvertrages mit der zuständigen regionalen Touristinformation. Das Inserat im Online-Gastgeberverzeichnis ist inklusive und erfolgt automatisch. Eine Erweiterung des Online-Buchungssystems zur Buchung von Pauschalen und touristischen Dienstleistungen ist 2018 geplant.

Beteiligungsmöglichkeiten:	Anbieter erhalten von der regionalen Touristinformation einen Vermittlungsvertrag und ein Stammdatenblatt. Der Vermittlungsvertrag regelt alle rechtlichen Abläufe und Verhältnisse zwischen dem Leistungsträger und der regionalen Touristinformation. Anbieter pflegen Ihre Verfügbarkeiten über einen eigenen Systemzugang. Einzige Voraussetzungen für Anbieter: PC/Smartphone Internet, E-Mail-Adresse
Kosten:	<u>Provision:</u> wird pro getätigter Buchung auf den Gesamtnettoumsatz einschließlich Nebenkosten erhoben. <ul style="list-style-type: none">• 10 % für Mitglieder• 13 % für Nicht-Mitglieder• Mehrprovision bei Buchung über externes Buchungsportal, refinanzierbar über Preisauflschlag plus Teilnahmegebühr pro Jahr: ab 25,00 Euro netto, Beitrag richtet sich nach der Mitgliedschaft im TV LSL Die Teilnahmegebühr wird vom TV LSL zur Unterhaltung und Bewerbung des Online-Buchungssystem erhoben.
Ansprechpartner:	Diana Lesche, Birgitt Jacob, Touristinformation Senftenberg Laura Schmidt, Ulrike Haselbauer, Touristinformation Hoyerswerda Marco Wentworth, Touristinformation Spremberg

h) Online-Gastgeberverzeichnis

Vermieter, die sich nicht am Online-Buchungssystem beteiligen möchten, haben die Möglichkeit ein Inserat im Online-Gastgeberverzeichnis zu schalten. In diesem Fall erfolgt keine Vermittlungsleistung durch die Touristinformationen. Das Inserat beinhaltet die Kontaktdaten (Anschrift, Telefon, E-Mail) des Vermieters, 3 Bilder sowie eine kurze Beschreibung der Unterkunft sowie die Angabe eines ab-Preises, Ausstattungsmerkmale. Vertragspartner ist in diesem Fall der TV LSL. Buchbare Unterkünfte werden automatisch im Gastgeberverzeichnis dargestellt.

Kosten: Inseratsgebühr pro Jahr:

- für Vermieter bis 9 Betten: ab 80,00 Euro netto, Beitrag richtet sich nach Mitgliedschaft im TV LSL
- für Vermieter ab 10 Betten: ab 220,00 Euro netto, Beitrag richtet sich nach Mitgliedschaft im TV LSL

plus Teilnahmegebühr pro Jahr: ab 25,00 Euro netto, Beitrag richtet sich nach der Mitgliedschaft im TV LSL
Die Teilnahmegebühr wird vom TV LSL zur Unterhaltung und Bewerbung des Online-Buchungssystem erhoben.

Ansprechpartner: Katja Wersch

i) Online-Shop

Im Online-Shop werden Radwanderkarten, Souvenirs, Präsente, regionale Produkte und Gutscheine vertrieben. Besonders regionale Produkte unter dem Dach der Marke „Lausitzer Seenland“ sollen einen zusätzlichen Vertriebsweg erhalten und zur verstärkten Außenwahrnehmung der Region beitragen. Der Online-Shop wird von der Touristinformation Senftenberg betrieben.

Beteiligungsmöglichkeiten: Produzenten und touristische Anbieter können ihre Produkte und Gutscheine über den Online-Shop vertreiben, Kosten auf Nachfrage

Ansprechpartner: Diana Lesche, Touristinformation Senftenberg

j) Social-Media-Kanäle

Der Bereich Social Media nimmt einen nicht zu unterschätzenden Anteil im touristischen Marketing ein. Vor allem jüngere Gästegruppen informieren sich hier und tauschen sich untereinander aus.

Der TV LSL ist auf folgenden Social-Media-Kanälen aktiv:

www.facebook.com/lausitzerseenland.de

2018 soll auch Instagram als weiterer Kanal zum Teilen von Fotos und Videos aufgebaut werden.

Beteiligungsmöglichkeit: touristische Anbieter können relevante Infos, News, Veranstaltungen, Geschichten, Fotos und Videos per E-Mail an TV LSL zuarbeiten

Ansprechpartner: Katja Wersch

XII. Produktentwicklung

Qualität ist oberstes Gebot der Tourismusmarke „Lausitzer Seenland“. Qualitativ entwickeln bedeutet, punktgenaue Angebote zu schaffen, die emotionale Bindungen aufbauen.

1. Leitprodukte Marke „Lausitzer Seenland“

Die Marke „Lausitzer Seenland“ zu managen bedeutet, mit Emotionen wiederholt ein ganz bestimmtes „Bauchgefühl“ bei unseren Gästen zu erzeugen – eine unvergleichliche Wirkung rund um das Produkt, den Service, die Kommunikation zu verbreiten. Kein leichtes Unterfangen. Schließlich ist Marke am Ende nur das, was Kunden als Marke wahrnehmen. Deshalb funktioniert die Tourismusmarke „Lausitzer Seenland“ nur gemeinsam mit den Anbietern – den wichtigsten Botschaftern der Marke selbst. Die Entwicklung von Leitprodukten ist ein erster Schritt, die Marke zu verinnerlichen.

Die Entwicklung von Leitprodukten erfolgt auf Grundlage des Marketingkonzeptes.

Vorgehen:	Entwicklung von Leitprodukten, die „besondere Empfehlungen“ der Marke „Lausitzer Seenland“ für Gäste sind, die - als Leuchttürme stellvertretend für ähnliche Angebote stehen. - in Summe die touristischen Erfahrungen einer Reise oder eines Ausfluges bilden. - künftigen Gästen Orientierung geben und Vorbild für die Produktentwicklung sind. - Assoziationen zur Marke schaffen und klare Bilder im Kopf unserer (potenziellen) Gäste erzeugen.
Termin:	ganzjährig
Beteiligungsmöglichkeiten:	Der TV LSL identifiziert die Leitproduktpartner im Lausitzer Seenland. Gemeinsam mit dem Anbieter wird das Angebot qualifiziert. Die Leitprodukte werden kostenlos auf www.lausitzerseenland.de eingepflegt und über die Touristinformationen für eine Erfolgsprovision von 10 % an Gäste vermittelt.
Vertrieb:	Internet, Einbindung bei Pressereisen, Promotionsveranstaltungen des Tourismusverbandes
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

2. LEADER-Projekte

Im Rahmen der Förderung für den ländlichen Raum, in der Förderperiode 2015 – 2020, möchte der Tourismusverband für die gezielte touristische Entwicklung und Qualitätssteigerung zwei Projekte beantragen. Die Umsetzung der Projekte ist von der Förderzusage abhängig.

- Entwicklung/Platzierung des Lausitzer Seenlandes als Radregion
 - Projekthalte:
Durchführung von Anbieter-Workshops (Schulungen), Entwicklung von buchbaren Angeboten in Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern zum Thema Radeln, Erstellung und Umsetzung eines Werbe- und Vertriebsplanes
- | | |
|----------------------------|---|
| Beteiligungsmöglichkeiten: | touristische Anbieter können an den Workshops teilnehmen, sich bei der Angebotsentwicklung einbringen und sich an den Marketingmaßnahmen beteiligen |
| Termin: | ganzjährig |
| Ansprechpartner: | Kathrin Winkler |

- Branding regionaler Produkte aus dem Lausitzer Seenland
 - Projekthinhalte:
Das Lausitzer Seenland ist eine relativ junge Tourismusmarke. Um die Bekanntheit und den Wiedererkennungseffekt zu erhöhen, sollen regionale Produkte und Shopartikel der Touristinformationen gebrandet werden. Außerdem ist das Branding von großflächigen Werbeträgern vorgesehen.

Termin: ganzjährig
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

3. Saisonverlängernde Maßnahmen

Die Gästezahlen im Lausitzer Seenland sind aktuell stark saisonabhängig und konzentrieren sich besonders auf die Ferienzeit im Sommer. Aus diesem Grund entwickelt der Tourismusverband gemeinsam mit den Anbietern saisonverlängernde Maßnahmen, um die touristische Wertschöpfung auch in den bisher weniger stark nachgefragten Zeiten zu erhöhen. Der Focus im Jahr 2018 liegt dabei in der Entwicklung und Platzierung von Angeboten für die Wintersaison. Um mehr Effekte zu erreichen nutzt der Tourismusverband gezielt die Winterkampagne der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB).

Beteiligungsmöglichkeiten: - Anbieter können speziell für die Wintersaison geeignete buchbare Angebote dem Tourismusverband melden.
- Unterkünfte melden thematisch passende Winterpauschalen.

Kosten: Voraussetzung ist ein kostenpflichtiger Eintrag auf lausitzerseenland.de: ab 40,00 Euro netto pro Jahr, bzw. für Unterkünfte die Beteiligung im Online-Buchungssystem. Sonderkonditionen für Mitglieder des TV LSL

Ansprechpartner: Katja Wersch

XIII. Projekt Familientourismus

Badeurlaub und Erholungsurlaub sind in Deutschland die mit Abstand beliebtesten Urlaubsformen (Quelle Reiseanalyse). Überdurchschnittlich Familien interessieren sich für einen Urlaub, um sich aktiv im und am Wasser aufzuhalten. Diese Zielgruppe verspricht für das Lausitzer Seenland sehr große Marktpotenziale. Daher wird der TV LSL in den nächsten Jahren einen Schwerpunkt in der Produktentwicklung auf die Zielgruppe Familien setzen.

Vorgehen: Folgende Maßnahmen sind in 2018 vorgesehen:

- Sensibilisierung der Anbieter für die Zielgruppe Familien
- Erhebung touristischer Anbieter anhand bereits entwickelter einheitlicher Kriterien
- Entwicklung von Leitprodukten für die Zielgruppe Familien
- Darstellung erhobener Anbieter/Angebote mit Familien-Piktogramm in Printprodukten und Online

Beteiligungsmöglichkeiten: nach erfolgreicher Erhebung, kostenpflichtiger Anbietereintrag in der jeweils für den Anbieter passenden Rubrik auf www.lausitzerseenland.de und ggf. extra-Auspielung im noch zu erstellenden Bereich „Familienfreundlich“.

Termin: kontinuierlich

Kosten: Voraussetzung ist ein kostenpflichtiger Eintrag auf lausitzerseenland.de: ab 40,00 Euro netto pro Jahr, oder ein Eintrag für Beherbergungsbetriebe im Online-Buchungssystem.

Ansprechpartner: Marcus Heberle

XIV. Projekt ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur / Netzwerk Industriekultur in Brandenburg

Elf Standorte bzw. Originalschauplätze der Energiegewinnung haben sich zur »ENERGIE-Route Lausitzer Industriekultur« zusammengeschlossen, um eine geschichtliche Brücke zu dem herzustellen, was in der Region war und was hier in Zukunft im Kontext mit dem neu entstehenden Lausitzer Seenland vorgesehen ist. Im Rahmen der Projektentwicklung erarbeiteten die Partner ein dreistufiges Vermarktungssystem, das auf Produktehrlichkeit setzt. Alle elf Standorte konzentrieren sich in spezifischer und einander ergänzender Weise auf das Thema Energie und lohnen einen Besuch. Die ENERGIE-Route ist eine anerkannte Regionale Route der Europäischen Route der Industriekultur (ERIH), einem touristischen Netzwerk zum industriellen Erbe in Europa. Gemeinsames Ziel ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades und Wertschätzung der Industriekultur, die unsere Gesellschaft in vielfältiger Weise geprägt hat und immer noch prägt. Gleichzeitig unterstützt die ENERGIE-Route auch den Identitätswandel vom Bergbauland zum Lausitzer Seenland, indem sie auf Regionstypischem aufbauend der Zukunft zugewandte touristische Angebote entwickelt. Die ENERGIE-Route ist ein Premiumprodukt innerhalb der Dachmarke Lausitzer Industriekultur.

Der Aufbau des Touristischen Netzwerks Industriekultur in Brandenburg wird seit 2016 vom Brandenburgischen Wirtschaftsministerium (MWE) gefördert. Im Juli 2017 wurde das Netzwerk mit 22 Mitgliedern aus ganz Brandenburg erfolgreich gegründet. Das Kooperationsprojekt ENERGIE-Route ist dem neuen Netzwerk insgesamt als Mitglied beigetreten. Ziel ist es, bis Ende 2018 das Netzwerk und die ENERGIE-Route zu verschmelzen. Die ENERGIE-Route ist dann die Themen-Route innerhalb des landesweiten Netzwerks.

Im Jahr 2018 führt die ENERGIE-Route die Marketingaktivitäten, insbesondere für die im Jahr 2017 entwickelten Entdeckertouren, fort und baut sie weiter aus. Die Verschmelzung der beiden Netzwerke wird vorbereitet und abgeschlossen.

Die Aktivitäten des landesweiten Netzwerks im Jahr 2018 umfassen im Wesentlichen die Entwicklung einer eigenen Website als Subsite der TMB-Website. In diese Website wird auch die bisherige Website der ENERGIE-Route integriert. Die Entwicklung von Entdecker-Touren nach dem Vorbild der Entdecker-Touren der ENERGIE-Route. Und das Angebot von Schulungen und Qualifizierungen u.a. zum Thema Service-Q.

- Vorgehen: Das Projektmanagement für die ENERGIE-Route ist seit 2015 beim TV LSL angegliedert, das Projektmanagement für das Touristische Netzwerk Industriekultur in Brandenburg seit 2016.
- Beteiligungsmöglichkeiten: Die Mitglieder der ENERGIE-Route und des landesweiten Netzwerks bringen sich mit ihrer Produktentwicklung, bei Angeboten und Marketingmaßnahmen ein.
- Termin: ganzjährig
- Ansprechpartner: Antje Boshold

XV. Projekt Barrierefreier Tourismus

Neben der Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit der touristischen Anbieter ist es Ziel das barrierefreie Angebote weiterhin mit entsprechenden Marketingmaßnahmen als Querschnittsthema zielgruppengerecht zu positionieren.

1. Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit

Der Tourismusverband Lausitzer Seenland bietet gemeinsam mit der Tourismusakademie Brandenburg (TAB) touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit, ihre barrierefreien Angebote detailgetreu zu erheben.

Inhalte:	Eintrag in folgenden Medien: <ul style="list-style-type: none">• Eintrag in die Informationsplattform www.barrierefrei-brandenburg.de mit ausführlicher Darstellung der barrierefreien Detailinformationen, Kennzeichnung des Angebotes mit den zutreffenden Piktogrammen in den Online-Karten- und Informationssystemen der TMB (bei Eintrag) sowie Verlinkung mit dem Internetportal www.lausitzerseenland.de• Kennzeichnung barrierefreier Anbieter mit den zutreffenden barrierefreien Piktogrammen in sämtlichen Printprodukten (bei Eintrag) der TMB und des Tourismusverbandes Lausitzer Seenland, z.B. im Seenland Magazin (erscheint im Januar 2018/19) sowie in allen speziell für die Zielgruppe „Barrierefrei“ entwickelten Broschüren• Kostenfreie Darstellung erhobener barrierefreier Freizeitanbieter in der Broschüre „Sachsen Barrierefrei“ sowie in der Onlinepräsentation auf www.reiseland-sachsen.de der TMGS.
Beteiligungsmöglichkeiten:	Beherbergungs-, Gastronomiebetriebe und Freizeitanbieter
Termin:	kontinuierlich
Kosten:	Ersterhebung: 50,00 Euro zzgl. MwSt. (Gültigkeit: drei Jahre), die Folgeerhebungen nach drei Jahren sind kostenfrei. Sind gravierende bauliche Veränderungen oder Erneuerungen eingetreten, muss vor Ort neu erhoben werden – Kosten: 50,00 Euro zzgl. MwSt.
Weitere Informationen:	www.tourismusakademie-brandenburg.de , www.barrierefrei-brandenburg.de
Ansprechpartner:	Marcus Heberle TAB c/o TMB, Kerstin Lehmann, Tel. 0331 / 29873 786, kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de

2. Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“

Seit September 2012 ist der Tourismusverband Lausitzer Seenland Mitglied in der bundesweiten Arbeitsgemeinschaft (AG) „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ und bewirbt gemeinsam mit den neun weiteren Mitgliedsregionen deutschlandweit barrierefreie Angebote, u.a. mit Anzeigen und auf ausgewählten zielgruppenspezifischen Messen.

Folgende Marketingaktivitäten (Auszug) sind geplant:

a) Messen

- ITB Berlin 2018: eigener Stand (DZT-Beteiligung) derzeit in Prüfung, ITB-Forum
- weitere Messebeteiligungen werden derzeit geprüft

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

b) Internet

www.barrierefreie-reiseziele.de

Die Internetseite der AG „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ stellt die Mitgliedsregionen mit touristischen Highlights, barrierefreien Angeboten und Veranstaltungen vor.

Beteiligungsmöglichkeiten: Barrierefrei erfasste Beherbergungs-, Gastronomiebetriebe und Freizeitanbieter können Freizeitangebote (Erlebnistouren, Aktivangebote, Museumsführungen), mehrtägige Arrangements, Erfahrungsberichte und Veranstaltungen mit Beschreibung, Kontaktdaten und Foto nach redaktioneller Auswahl vorstellen. Bitte Erfassungsbogen anfordern.

Kosten: kostenfrei
Termin: kontinuierlich
Ansprechpartner: Katja Wersch

www.bahn.de/reiseziele-barrierefrei

In Kooperation mit der Deutschen Bahn AG werden auf der Internetseite barrierefreie Angebote dargestellt.

Beteiligungsmöglichkeiten: Barrierefrei erfasste Beherbergungsbetriebe und Freizeitanbieter können buchbare Freizeitangebote (Erlebnistouren, Aktivangebote, Museumsführungen) und mehrtägige Arrangements mit Beschreibung, Foto, Logo und Kontaktdaten nach redaktioneller Auswahl durch TV LSL präsentieren. Bitte Erfassungsbogen anfordern.

Kosten: kostenfrei
Termin: ganzjährig
Ansprechpartner: Katja Wersch

XVI. Kooperationspartner des Tourismusverbandes

Der Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. arbeitet bei Projekten und verschiedenen Aufgabenbereichen mit Kooperationspartnern zusammen. Dazu gehören insbesondere:

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (ADFC)
Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“
BTU Cottbus - Senftenberg
CAPRON
DB Regio AG
Deutsche Bahn AG
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V. (DEHOGA)
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e.V. (DEHOGA)
HS Zittau / Görlitz
IHK Cottbus
IHK Dresden
Klinikum Niederlausitz
Kulturland Brandenburg e.V.
Landestourismusverband Land Brandenburg e.V. (LTV)
Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV)
Landkreis Bautzen
Landkreis Oberspreewald-Lausitz
Landkreis Spree-Neiße
Lausitzer Seenland Klinikum
Lokale Aktionsgruppe Energieregion im Lausitzer Seenland e.V.
Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
Oberstufenzentrum Lausitz
Ostsächsische Sparkasse Dresden
pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.
Sparkasse Niederlausitz
Sparkasse Spree-Neiße
Sportbund Lausitzer Seenland – Hoyerswerda e.V.
Stadt Cottbus
Stadt Görlitz
Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)
Tourismusverband Elbe-Elster-Land e.V.
Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V.
Tourismusverband Spreewald e.V.

Die Auflistung der Kooperationspartner erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.