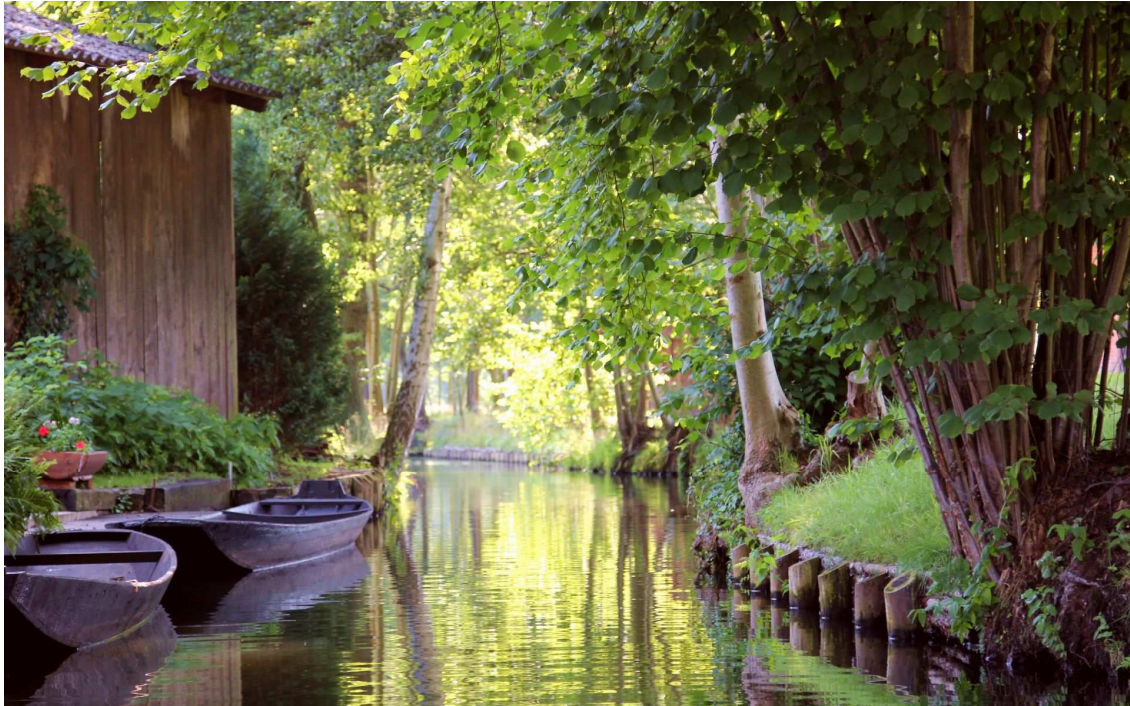


Marketingplan 2017



Kontakt

Amt Burg (Spreewald)
Sachgebiet Tourismus
- Touristinformation im Haus des Gastes -
Am Hafen 6
03096 Burg (Spreewald)

Telefon 035603 75016-0
Telefax 035603 75016-16

www.BurgimSpreewald.de
info@burgimspreewald.de
[facebook/BurgimSpreewald](https://www.facebook.com/BurgimSpreewald)

Inhalt

I.	Einleitung	3
	1. Grundlagen/strategische Ausrichtung	3
	2. Ihre Ansprechpartner im Haus des Gastes	4
II.	Operatives Marketing - Maßnahmen 2016	6
	1. Binnenkommunikation	6
	2. Marktforschung	7
	3. Maßnahmen mit Kooperationspartnern	8
	3.1 Tourismusverein Burg (Spreewald) und Umgebung e.V.	8
	3.2 Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH	8
	3.3 Tourismusverband Spreewald e.V.	9
	3.4 Brandenburger Kurorte- und Bäderverband e.V.	10
	3.5 Netzwerk Gesundheit- und Wellnesstourismus	11
	3.6 Tourismusakademie Brandenburg TAB	12
	4. Eigene Kampagnen	12
	5. Messen, Workshops und Promotionveranstaltungen	17
	6. Kataloge, Broschüren und sonstige Druckerzeugnisse	18
	7. Werbung	19
	8. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	20
	9. Internetpräsentation	21
	10. Informations- und Reservierungssystem	22
	11. Veranstaltungen	22
	12. Reiseveranstaltung/Produktentwicklung	24
	13. Initiativen zur Qualitätssteigerung	24
	14. Vermarktung der zugehörigen touristischen Einrichtungen	26

I. Einleitung

Der vorliegende Marketingplan des Amtes Burg (Spreewald), Sachgebiet Tourismus, gibt Ihnen einen umfassenden Überblick zu allen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, die 2017 geplant sind. Basierend auf der Grundlage der Marketingpläne der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (abrufbar unter www.reiseland-brandenburg.de), des Tourismusverbandes Spreewald e.V. (abrufbar unter www.spreewald.de) sowie der Abstimmung mit dem Tourismusverein Burg (Spreewald) und Umgebung e.V. sowie weiteren Partnern stellt er einen Maßnahmenkatalog dar.

Er bietet als Kommunikationsinstrument touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit, sich an ausgewählten Marketingmaßnahmen zu beteiligen und fördert die Kooperationen der touristischen Akteure.

Die Realisierung der Maßnahmen erfolgt vorbehaltlich einer gesicherten Finanzierung und der Kooperation der touristischen Partner.

1. Grundlagen/Strategische Ausrichtung

Die Grundlage für den vorliegenden Marketingplan 2017 bilden neben den Zukunftstrends im Tourismus und den Auswertungsergebnissen verschiedener Marktforschungsaktivitäten vor allem das Leitbild Burg 2020 sowie die Markenstrategie des Landes Brandenburg, die mit der Implementierung der Landestourismuskonzeption weiter gestärkt werden soll.

Das Sachgebiet Tourismus ist strategischer Partner bei der Identifizierung und Entwicklung von Leitprodukten im Rahmen der Markenstrategie des Landes Brandenburg. Dabei orientieren wir uns in der Kommunikation und Produktentwicklung an den definierten Profiltiteln Kultur – Natur – Rad – Wasser.

Diese Profiltiteln wurden seitens der TMB als Schwerpunkte der Markenstrategie identifiziert, werden aber nicht mehr über ein Themenmarketing kommuniziert. Der Gast soll über die produktorientierten Erlebniswelten „Landlust ausleben“, „Wasser entdecken“, „Tief durchatmen“ und „Kultur erleben“ inspiriert werden, Urlaub in Brandenburg zu machen.

Der Kurort Burg stützt sich dabei vor allem auf die Erlebniswelt „Tief durchatmen“, ergänzt durch die genussreichen Elemente der Erlebniswelt „Landlust ausleben“, mit den Kernzielgruppen qualitätsbewusste Entschleuniger, intellektuelle Kulturliebhaber und gesellige Familien.

Auch die Entwicklungskonzeption Burg 2020 widerspiegelt die strategische Entwicklung im Tourismus in den oben genannten Themen.

Hauptaugenmerk liegt daher auf der weiteren Profilierung des Kurortes Burg im Spreewald als **Gesundheitsstandort** mit Schwerpunkt auf die mentale Gesundheitsförderung. Ein ganzheitlicher Ansatz der Themen **Entspannung, Bewegung** und **gesunde Ernährung** (regionale Produkte) in Kombination mit der **Natur des Spreewaldes** ist der richtige Weg. Aufgrund der Schnelllebigkeit unserer Gesellschaft wird die Nachfrage nach spezifischen Angeboten mit fachlicher Kompetenz steigen, die der Gast auch „mit nach Hause nehmen“ kann.

Die **Qualität** in Service, Ausstattung und Angeboten ist Grundvoraussetzung für die Sicherung und Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Unsere Angebote müssen authentisch sein, d.h.

das nach außen kommunizierte Versprechen, muss von allen mitgetragen und gelebt werden. Sowohl unsere Einwohner als auch unsere Betriebe sind die wichtigsten Botschafter der Region. Der Stadtmarketingansatz QualitätsDorf ist hier ein Anfang neben touristischen Leistungsträgern auch weitere Betriebe und Entscheidungsträger in den Qualitätsprozess zu integrieren.

Auch im Bereich **Kultur** setzt der Kurort Burg auf Authentizität, Regionalität und der sorbischen/wendischen Traditionen gepaart mit modernen Aspekten, um auch eine jüngere Zielgruppe anzusprechen.

Zusammenfassend können folgende strategische Angebotsschwerpunkte festgelegt werden:

- **Wellness- und Gesundheitstourismus**
- **Natur- und Aktivtourismus**
- **Kulturtourismus**

Die erfolgreiche Umsetzung dieser Ziele ist nur durch eine enge Zusammenarbeit und Kooperation aller touristischen Akteure möglich.

2. Ihre Ansprechpartner auf einen Blick

Touristinformation Burg im Spreewald

Nicole Schlenger

Leiterin Tourismus, strategisches und operatives Marketing, Q-Dorf-Sprecherin

Telefon 035603/75016-0

n.schlenger@BurgimSpreewald.de

René Loichen

Stellv. Leiter Tourismus, operatives Marketing, Netzwerkarbeit

Telefon 035603/75016-19

r.loichen@BurgimSpreewald.de

Caroline Füll (ab 01.04.2017 Milena Hotzkow)

Onlinemarketing, Produktentwicklung

Telefon 035603/75016-17

c.fuerll@BurgimSpreewald.de

Gaby Eichhorst

Veranstaltungen, Onlineredaktion Veranstaltungskalender

Telefon 035603/75016-12

g.eichhorst@BurgimSpreewald.de

Marie-Luise Meinert

Veranstaltungen, Onlineredaktion, Gestaltung

Telefon 035603/75016-18

m.meinert@BurgimSpreewald.de

Markus Klamt

Veranstaltungen, Vermietung öffentlicher Veranstaltungsstätten

Telefon 035603/75016-11

m.klamt@BurgimSpreewald.de

Kathleen Kettlitz
Gästekbetreuung/Zimmervermittlung, Erhebung barrierefreier Angebote
Telefon 035603/75016-0
k.kettlitz@BurgimSpreewald.de

Marona Paschke
Gästekbetreuung/Zimmervermittlung, Klassifizierung, Informations- und Reservierungssystem
Telefon 035603/75016-0
m.paschke@BurgimSpreewald.de

Caroline Fürll (Elternzeitvertretung für Elisa Noack)
Gästekbetreuung
Telefon 035603/75016-0
c.fuerll@BurgimSpreewald.de

Heimatstube Burg
Bärbel Schubert
Telefon 035603/75729

Bismarckturm
Sylke Pfahl und Torsten Heine
Telefon 0171/4112556

Spreewaldbibliothek Mina Witkojc
Monika Lehmann (Leiterin)
Telefon 035603/549
info@bibliothek-burg.de

Heimatmuseum Dissen
Babett Zenker
Telefon 035606/256
heimatmuseum@dissen-spreewald.de

II. Operatives Marketing - Maßnahmen 2017

1. Binnenkommunikation

Regelmäßiger Informationsaustausch zwischen der Touristinformation des Amtes Burg (Spreewald) und den touristischen Leistungsträgern, Kommunikation mit dem Tourismusverein Burg (Spreewald) und Umgebung e.V., dem Tourismusverband Spreewald e.V., der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH sowie Interessenvertretung in den verschiedensten Gremien mit dem Ziel Anlaufpunkt und Ansprechpartner für touristische Partner zu sein und neue Produkte sowie Angebote oder andere aktuelle Themen unter den Akteuren zu platzieren.

Informationsaustausch via Intranet zur Verbesserung der Kommunikation

Rubrik „Internes“ für alle touristischen Leistungsträger auf www.BurgimSpreewald.de (unter Kontakt & Service aufrufbar)

Inhalt: alle wichtigen Informationen zu aktuellen Marketingmaßnahmen, Veranstaltungen, Textbausteine zur Verwendung durch Leistungsträger, Akquiseunterlagen, etc.

Möglichkeit zum Downloaden von Text- und Bildmaterial

Ansprechpartner: Milena Hotzkow

Termin: fortlaufend

internetbasierte Informationsplattform www.tmb-intern.de für die brandenburgische Tourismuswirtschaft mit vielen TMB-Infos zum Downloaden (z.B. Marketingplan)

Interessenvertretung und Mitarbeit in touristischen Gremien

Mitarbeit im Marketingausschuss des Tourismusverbandes Spreewald

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, René Loichen

Mitarbeit im Vorstand des Tourismusverbandes Spreewald

Ansprechpartner: Petra Krautz

Mitarbeit im Netzwerk Gesundheits- und Wellnesstourismus Brandenburg

Ansprechpartner: Nicole Schlenger

Mitarbeit im Gesundheitsstammtisch des Kurortes Burg

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, René Loichen

Mitarbeit im Qualitätsnetzwerk des Q-Dorfes Burg

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, René Loichen

Mitarbeit im Vergaberat der Partnerinitiative Biosphärenreservat Spreewald

Ansprechpartner: Nicole Schlenger

Teilnahme am Tag der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft

Beteiligung: Touristinformation und interessierte Leistungsträger

2. Marktforschung

Regelmäßige Betrachtung von Primär- und Sekundärdaten zur Analyse der strategischen und operativen Entscheidungen. Eine Auswertung der Daten dient der effizienten Planung und Evaluierung der Marketinginstrumente. Wichtige Parameter sind unter anderem Herkunftsdaten, Altersstrukturen, Nachfrageverhalten u.a.

Amtliche Beherbergungsstatistik für Betriebe ab 10 Betten

Auswertung der Ergebnisse der Angaben des Landesamtes für Statistik

Ansprechpartner: Nicole Schlenger

Termin: fortlaufend

Erfassung und Auswertung der statistischen Angaben aus der Vermittlungstätigkeit in der Touristinformation (IRS)

verstärkte Nutzung der Back-Office-Funktionen

Ansprechpartner : Nicole Schlenger

Termin: fortlaufend

Erfassung und Auswertung der statistischen Angaben aus der Kurbeitragserhebung (Meldeschein der Firma AVS)

tagesaktuelle Statistiken durch die Auswertung anonymer Gästedaten

Ansprechpartner : Nicole Schlenger

Termin: fortlaufend

Statistische Erfassung der Betriebe unter 10 Betten

angelehnt an die amtliche Beherbergungsstatistik werden Parameter wie Gästeankünfte, Übernachtungszahlen und Bettenauslastung für das Jahr 2016 der Betriebe unter 10 Betten erhoben

Ansprechpartner: Markus Klamt

Termin: März 2016

Durchführung und Auswertung regelmäßiger Gästebefragungen über die

Touristinformation: Gästebefragungsbögen zu relevanten Marktforschungskriterien liegen allen Reservierungsbestätigungen bei und sind am Counter im HdG erhältlich, Briefkasten „Ihre Meinung ist uns wichtig“ ermöglicht anonyme Beteiligung

Ansprechpartner: Markus Klamt

Termin: fortlaufend

Statistische Analyse der Homepage www.BurgimSpreewald.de zur Wirkungsmessung und Optimierung der Werbemaßnahmen und zur Bestimmung der Quellmärkte

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, Milena Hotzkow

Termin: fortlaufend

3. Maßnahmen mit Kooperationspartnern

3.1. Tourismusverein Burg (Spreewald) und Umgebung e.V.

Durchführung regelmäßiger Arbeitsgespräche

- Stärkung des Informationsflusses
- Abstimmung zu relevanten Themen
- Offener Meinungsaustausch
- Termine: jeden 1. Donnerstag im Monat

Zusammenarbeit bei der Qualifizierung von Veranstaltungen und kulturellen Angeboten

- gemeinsame Veranstaltung „Spreewälder LiteraTour“ im Rahmen der Aquamediale
- Unterstützung des Seniorennachmittages zum 25. Heimat- und Trachtenfest

gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- gemeinsame Pressegespräche zu relevanten Themen
- regelmäßige Pressemitteilungen für regionale und überregionale Themen
- Zuarbeit von Presseinfos ist auch von Seiten der Mitglieder erwünscht

Unterstützung bei der Qualifizierung von Mitgliedsbetrieben

- Qualität als Wettbewerbsvorteil - Unterstützung beim Q-Stadt-Prozess sowie bei den Qualitätsinitiativen Servicequalität Deutschland, Klassifizierung von Privatunterkünften
- Gemeinsame Schulungsangebote für Mitglieder im Rahmen der Q-Akademie (Frühjahr: Englisch für Touristiker; Herbst: Facebook, Twitter & Co. – Grundlagen des Social Media)

Interessenvertretung bei öffentlichen Belangen

- gegenseitiger Informationsaustausch und Abstimmung zu Problemen

Nachdruck der Imagebroschüre für Burg und Umgebung und des Anbietersverzeichnis

- inhaltliche Überarbeitung der Broschüre
- gemeinsame Akquisearbeit für das Anbietersverzeichnis

Weitere Maßnahmen werden im Laufe des Jahres gemeinsam erarbeitet.

3.2. Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB)

Enge Zusammenarbeit im Rahmen des **Markenprozesses** der TMB, wie die **Leitproduktentwicklung** sowie der Auf- und Abbau von **Markenkontaktpunkten** (Auswahl von touristischen Kernleistungen, Komplementär-/Serviceleistungen und Ambienteleistungen aus dem Kurort Burg) entlang der Customer Journey.

Beteiligung an den Kampagnen 2017:

„Winter in Brandenburg – Auszeit nehmen“

Ziel ist es winterliche Übernachtungsangebote (Winterliches Brandenburg, Arrangements) ergänzt durch attraktive Subthemen aus den drei Urlaubswelten:

„Tief durchatmen“

- Naturreisen/Entschleunigung in der Natur (Aktiv im Winter)
- Auszeit nehmen (Wohlfühlloasen/Wellnesshotels, Thermen, saisonale Angebote)

„Landlust ausleben“

- Kulinarik und Ausflugs-gastronomie (Winterliche Gaumenfreuden)
- Einkaufen und Manufakturen
- historische Dorfkerne

„Kultur erleben“

- Geschichte, Sagen, Traditionen (mystischer Spreewald)

Kampagnentermin: Oktober bis Dezember 2017
 Kampagnenraum: Berlin, Hannover, Hamburg
 Zielgruppen: qualitätsbewusste Entschleuniger, genussorientierte Natururlauber, intellektuelle Kulturliebhaber

Maßnahmen: Beteiligung am Urlaubsplaner „Winter in Brandenburg“
 Kampagnenseite online zur Kommunikation winterlicher Leitprodukte
 Teilnahme an der Promotion in Hannover

Publikationen der TMB

Urlaubsplaner „Winter in Brandenburg“ inkl. der Angebote „Winterliches Brandenburg“

Erscheinung: September 2017
 Format: DIN lang quer/4c
 Auflage: 100.000 Exemplare
 Ansprechpartner: René Loichen

Beteiligungsmöglichkeiten: detaillierte Informationen zu o. g. Publikationen im TMB Marketingplan 2017(auch auf www.tmb-intern.de herunterzuladen)

Auslandsmarketing

Auch 2017 wird das DZT-Jahresthema „Nationale Naturlandschaften“ von 2016 fortgeführt und in unterschiedlichem Umfang in den TMB-Kernmärkten beworben. Schwerpunkt bilden dabei Aktivtourismusthemen wie Radfahren, Wandern und Paddeln. Als Kernmärkte mit Priorität A werden 2017 Polen, Schweiz und die Tschechische Republik in Form eines abgestimmten Maßnahmenpaketes bearbeitet. Dazu gehören Messebesuche, Akquisitionsreisen, redaktionelle Beiträge und Onlinemarketing.

3.3. Tourismusverband Spreewald e.V.

Urlaubsmagazin Spreewald 2018

Beteiligung: Belegung je 1 Imageseite (Doppelseite) zu Burg im Spreewald sowie Akquise der Gastgebereinträge für die deutschsprachige Broschüre
Sprache: deutsch, englisch und polnisch (nur Imageteil)
Erscheinung: Oktober 2017
Gültigkeit: 1 Jahr
Auflage/Format: 40.000 Stück, A4 quer
Akquise: ab Februar 2017
Ansprechpartner: René Loichen, Caroline Füll

Erlebniskarte „Spreewald erleben„

Beteiligung: Zuarbeit von Sehenswürdigkeiten und „Leuchttürmen“ in Burg und Umgebung
Sprache: deutsch und dänisch

Erscheinung: n.n.
Auflage/Format: je 10.000 Stück, Faltkarte analog Gurkenradweg

Broschüre „Winterzeit Spreewald“ 2017/2018

Beteiligung: 2 ganzseitige Imageseiten im Innenteil
Erscheinung: Herbst 2016
Auflage/Format: 10.000 Stück, DIN lang quer

Flyer „Veranstaltungshöhepunkte Spreewald 2018 mit überregional bedeutsamen Veranstaltungen zur Außenwerbung

Beteiligung: ausgewählte Veranstaltungshöhepunkte des Amtes Burg (Spreewald)
Auflage: 30.000 Stück
Erscheinung: März 2017

Abreißblock mit Reisegebietskarte

Beteiligung: Darstellung Kontaktdaten der Touristinformation Burg im Spreewald
Auflage: 200 Blöcke á 50 Blatt

Spreewaldjournal 2017

Beteiligung: themenbezogene Anzeigenschaltung in jeder Ausgabe

Weitere Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Spreewald

- Beteiligung an zentralen Auslandskampagnen der TMB (siehe Auslandsmarketing)
- Anteilmäßige Kostenbeteiligung am Netzwerk „Aktiv in der Natur“
- Bannerschaltung auf www.spreewald.de

3.4. Brandenburger Kurorte- und Bäderverband e.V.

Mitarbeit im Vorstand des Kurorte- und Bäderverbandes

Ansprechpartner: Nicole Schlenger und Sven Tischer

Mitarbeit im Marketingausschuss des Kurorte- und Bäderverbandes

Ansprechpartner: René Loichen

Gemeinsame Positionierung der Kurorte im landesweiten Marketing mit den Schwerpunkten „Mentale Gesundheitsförderung“ und „Komforttourismus“

Kooperationsvereinbarung mit der TMB zur Optimierung des Marketings
Erstellung eines jährlichen Arbeitsplanes (Marketingpaket) auf der Grundlage des Jahresmarketingplans der TMB

Ansprechpartner: Marketingausschuss des Verbandes

Kooperationsvereinbarung mit der TMB zur Überarbeitung der Homepage www.kurorteland-brandenburg.de

Inhalt: Darstellung des Kurortes Burg mit seinen touristischen Angeboten, Heilanzeigen, Arrangements, spezifischen Veranstaltungen, Prospektabfrage etc.

Ansprechpartner: Marketingausschuss des Verbandes

Darstellung des Kurorte- und Bäderverbandes auf Facebook

Inhalt: Erstellen von nutzerorientierten Inhalten, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Präsenz zu zeigen

Ansprechpartner: Marketingausschuss des Verbandes

Durchführung des Walking-Tages in Burg (Spreewald)

Termin: 21. Mai 2017, 9:00 bis 12:00 Uhr
 Ort: Barfußpark, Burg (Spreewald)
 Beteiligung: Barfußpark und Touristinformation, weitere Partner sind angefragt
 Ansprechpartnerin: Gaby Eichhorst

Durchführung der Brandenburgischen BäderMusik

Termin: fortlaufend (siehe Veranstaltungskalender unter www.burgimspreewald.de)
 Ort: Weidenburg, Festplatz
 Inhalt: Konzerte in der Weidenburg und auf dem Festplatz
 Ansprechpartner: Gaby Eichhorst, Markus Klamt

Durchführung des Brandenburger Gesundheitstages in allen Kurorten

Thema: Burg im Spreewald ...natürlich gesund und entspannt
 Ort: n.n.
 Termin: 23. September 2017
 Ansprechpartner: René Loichen

Herausgabe und Vertrieb einer Angebotsbroschüre zu allen Veranstaltungen durch den Kurorte- und Bäderverband Brandenburg

Beteiligung: Darstellung des Kurortes Burg, buchbarer Angebote sowie der o.g. Veranstaltungen
 Auflage: 10.000 Stück
 Erscheinung: Januar 2017
 Ansprechpartner: René Loichen

Herausgabe und Vertrieb einer Imagebroschüre durch den Kurorte- und Bäderverband Brandenburg

Beteiligung: Darstellung des Kurortes Burg auf einer Doppelseite
 Auflage: 10.000 Stück

Gemeinsame Messepräsentation der Kurorte des Landes Brandenburg

Termin: Reisemesse Dresden mit Aktionsfläche und ITB Berlin 2017,
 Ansprechpartner: René Loichen

3.5. Netzwerk Gesundheit- und Wellness tourismus

Administrative Leitung des Netzwerkes über den Verband der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft, Netzwerkmanagerin ist Cornelia Grasme

Neufirmierung des Netzwerkes 2015 in die „Wellness-Fritzen“



Ziele und Maßnahmen:

- weiterer Ausbau der neuen Homepage www.wellness-fritzen.de
- Gewinnung und Einbindung weiterer Netzwerkpartner aus dem Kurort
- Stärkerer Fokus auf Content besonders im Onlinemagazin und auf Facebook um den Bekanntheitsgrad des Netzwerkes zu steigern
- Etablierung einer Netzwerkakademie mit Workshops und Expertenforen
- Erstellen eines Geschäftsmodells in 2017, da Förderung zum Jahresende ausläuft

3.6. Tourismusakademie Brandenburg TAB

Barrierefreier Tourismus

Das Thema nimmt einen immer größeren Stellenwert in Brandenburg ein, da die Personengruppe mit Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen, Lernschwierigkeiten/geistiger Behinderung sowie mit Allergien und speziellem Ernährungsbedarf immer größer wird. Dies erfordert eine Angebotsdiversifizierung und eine zielgerichtete Vermarktung.

Maßnahmen:

- Erhebungen barrierefreier Objekte in Burg und Umgebung für das Informationsportal www.barrierefrei-brandenburg.de
 - o ausführliche Darstellung der barrierefreien Detailinformationen, Kennzeichnung des Angebotes mit den zutreffenden barrierefreien Piktogrammen in Online-Karten und Informationssystemen der TMB (Brandenburg A-Z, Freizeitnavigator, IRS Tomas)
- Integrierung/Erweiterung des Themas Barrierefreiheit auf unserer eigenen Homepage sowie in Druckerzeugnissen (Freizeitbroschüre), u.a. die Einarbeitung der landesweit gültigen Piktogramme
- Sensibilisierung von Leistungsträgern gegenüber dem Thema Barrierefreiheit durch Beratungsgespräche und Schulungsangebote
Ansprechpartner: Kathleen Kettlitz

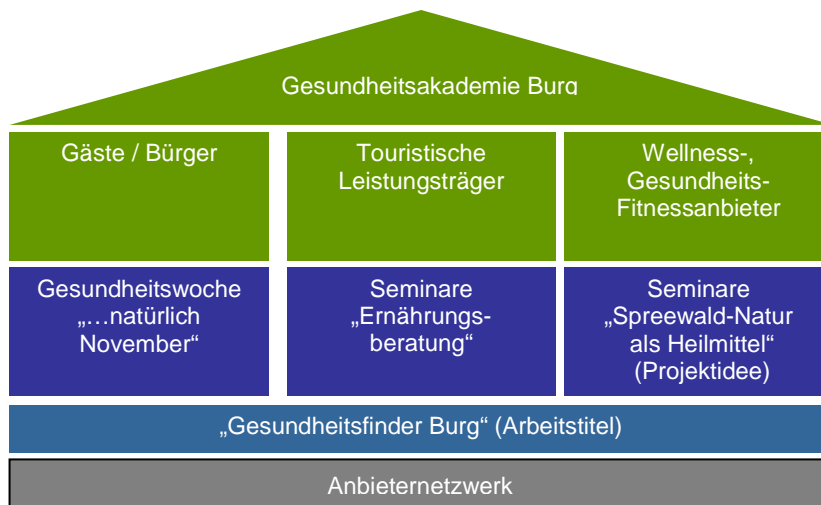
Angebote der Tourismusakademie Brandenburg

- bei Bedarf Teilnahme an Qualifizierungsangeboten und Schulungen wie z.B. Beschwerdemanagement, Guerilla-Marketing etc.
- Neu 2017: Online-Schulungen sowie Videotutorials

4. Eigene Kampagnen

1. Profilierung des Gesundheitsstandortes Burg (Spreewald)

- gemeinsame Positionierung des gesundheitstouristischen Angebotes
- zielgruppenorientierte Bündelung vorhandener bzw. neu zu schaffender Angebote
- Angebotsschwerpunkt: Selbstzahler (wellnessorientierter Kurzurlaub, naturorientierter Aktivurlaub, Präventionsangebote)
- **Marketingdach:** Burg im Spreewald ...natürlich abschalten
- **Produktlinien:**
 - Burg im Spreewald ...natürlich bewegen
 - Burg im Spreewald ...natürlich entspannen
 - Burg im Spreewald ...natürlich genießen



Kampagnenschwerpunkte

Weiterführung und Ausbau des Anbietworkes

- mit Anbietern gesundheitstouristischer Leistungen (Beherbergungsbetriebe, Freizeiteinrichtungen, Ärzte, Therapeuten, Sporttherapeuten u.m)
- Durchführung regelmäßiger Gesundheitsstammtische zum Erfahrungsaustausch und Realisierung gemeinsamer bzw. anbieterübergreifender Projekte
Termin: fortlaufend
Ansprechpartner: Nicole Schlenger und René Loichen

Aufbau eines Gesundheits- und Wellnessfinders

- Einrichtung einer Online-Datenbank mit Anbietern des Netzwerkes (Angebotsspektrum, Leistungsbeschreibung, Kontaktdaten)
- Buchbarkeit der Angebote und Produktbausteine über das landesweite Informations- und Reservierungssystem TOMAS
Ansprechpartner: Caroline Füll, Milena Hotzkow

Durchführung der 5. Gesundheitswoche „...natürlich November“ vom 04.11. bis 11.11.2017 mit Bewegungs-, Entspannungs- und Gesundheitsangeboten für Jedermann

Angebote:

- **...natürlich entspannen** (Kahn der Sinne, Klangmeditation, Spreewälder Sauna-Nacht, Kreativkurse, Akupunktur, Autogenes Training, progressive Muskelentspannung...), **...natürlich bewegen** (Nordic-Walking, Kneipp-Wanderungen, Taulaufen, Tai Chi, Qi Gong, Pilates, Yoga...)
- **...natürlich genießen** (Ernährungsberatung, Vitalküche, Kräutertees am Kamin, Kochen mit Natursalzen...)
- **...natürlich gesund** (Gesundheits-Checks, Entspannungs- und Malkurse, Fastenangebote, Fachvorträge, Ernährungsberatung...)

Marketingaktivitäten:

- Programmflyer mit ausführlichen Bausteinen
- Bannerwerbung im Ort
- regionale sowie überregionale Bewerbung über Radio und Presse
- Veröffentlichung im Online-Veranstaltungskalender
- **Neu 2017:** Informationsveranstaltung für ansässige Ärzte zum Gesundheitsstammtisch und der Gesundheitswoche am 22.02.2017 ab 15.00 Uhr

Entwicklung und Aufbau einer „Gesundheitsakademie Burg“ (perspektivisch)

- Vermittlung der touristischen Themen, Qualifizierung der Dienstleister, Kundenbindung
- Basisthemen: Sport, Bewegung, Natur, Wellness und Kulinarik
- Zielgruppen: Gäste/ Bürger und Dienstleister (touristische Akteure, sporttouristische Leistungsträger)
- zielgruppenspezifische bildungsorientierte Programme

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, René Loichen

2. WinterAuszeit im Kurort Burg

Die Kampagne „WinterAuszeit in Burg im Spreewald“ soll dem Gast die Vielfalt des touristischen Angebotes im Winter näher bringen. Sie soll dazu animieren den Spreewald auch in dieser Jahreszeit zu besuchen. Im Kurort Burg gibt es schon viele kleine Ansätze. Es gilt nur noch, diese zu vernetzen und für den Gast herauszustellen. Die Winterkampagne zielt vor allem darauf ab, ein vielfältiges Angebot in der Winterzeit im Amt Burg (Spreewald) zu offerieren und damit verbunden neue Zielgruppen zu erschließen sowie ein qualitatives Wachstum im Übernachtungsbereich zu schaffen.

Jedoch ist ebenfalls wichtig den anwesenden Gästen einen umfassenden Service zu bieten. Gerade in der Nachsaison sind doch viele Freizeit- und Gastronomiebetriebe geschlossen. Hier gilt es die Öffnungszeiten abzufragen und entsprechend zu kommunizieren.

Ziele:

- touristische Aufwertung der Winterzeit im Kurort Burg
- Qualitätsinitiative in der Gastronomie, Angebotserweiterung für den Gast, Abstimmung der Öffnungszeiten zwischen den Gastronomen
- Saisonverlängernde Maßnahmen durch zusätzliche Angebote von November bis März
- Einbindung attraktiver Angebote zu den Themen Kulinarik, Kultur, Wellness- und Gesundheit etc.

Angebotsschwerpunkte:

- **...natürlich abschalten:** wohlige Kahnfahrten, Wellness in der Spreewald Therme, erholsame Massagen, entspannte Kaminabende...
- **...natürlich erleben:** Burger Adventszauber, lebendige Traditionen zur Fastnachtszeit, Spreewälder Handwerkskunst
- **...natürlich genießen:** Fischzeit im Spreewald, weihnachtliche Gaumenfreuden, Schlachtfest und Eisbeinessen...
- **...natürlich bewegen:** winterliche Wanderungen, Nordic Walking, Frostwiesenlauf, Winterpaddeln...

Marketingmaßnahmen:

- Kampagnenflyer „WinterAuszeit“
- kostenfreie Darstellung aller Angebote im monatlichen Veranstaltungskalender
- Kurzfilm mit winterlichen Einspielern zu den vorhergehend genannten Themen
 - Darstellung in Mediathek auf www.BurgimSpreewald.de
 - Verbreitung über Youtube und MyVideo
- Anzeigenwerbung unter anderem in folgenden Medien:
 - Winter in Brandenburg 2017/2018
 - Beteiligung an der Winterkampagne des Tourismusverbandes Spreewald
 - Anzeigenschaltung im Spreewald Journal des Tourismusverbandes Spreewald
 - PR-Anzeige in Urlaubsreich Lausitz
 - starke Fokussierung auf die Quellmärkte Berlin und Sachsen

- Radiowerbung
 - Imagespot im sächsischen Raum (derzeit Angebotsabfrage bei Radiosendern)
- Online-Marketing
 - Microsite WinterAuszeit mit Darstellung der Angebote auf www.BurgimSpreewald.de
 - Darstellung der einzelnen Angebote auf www.spreewald.de
 - Onlinebuchbarkeit des Winterlichen Brandenburg und der Winterlichen Arrangements über das Buchungssystem TOMAS (auch Buchung von einzelnen Bausteinen wie Kahnfahrten über TOMAS)
 - Bewerbung der Veranstaltungen über die TMB-Veranstaltungsdatenbank
 - Social Media Kampagne auf Facebook und Google+

Ansprechpartner: René Loichen, Nicole Schlenger

3. „süß & gesund“ - Erdbeerzeit im Spreewald

Termin: 15.05.-30.06.2017

Ziele:

- Förderung der regionalen Dachmarke
- Förderung des Gesundheitstourismus mit den Komponenten Bewegung, Ernährung und Entspannung im Spreewald entsprechend unseres Kommunikationsschwerpunktes „Burg im Spreewald – natürlich wohlfühlen“
- Qualitätsinitiative in der Gastronomie, Ausbau der regionalen Wertschöpfungsketten und der Netzwerke im Kurort, Angebotserweiterung für den Gast

Aktivitäten:

- Erdbeer-Wellness in der Spreewald Therme und in anderen Wellness- und Gesundheitseinrichtungen
- spezielle Menükarten rund um die Erdbeere, Rezepte zum Nachkochen in den Restaurants und Gasthäusern
- Entwicklung attraktiver Pauschalangebote in den Beherbergungsbetrieben
- geführte Touren (Radtour und Wanderung) durch die Streusiedlung entlang der Erdbeerfelder
- Erdbeerprodukte von lokalen Produzenten

Marketingmaßnahmen:

- Visualisierung der Kampagne durch Tischaufsteller, Menükarten, Flyer
- umfassende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Tagespresse, regional, überregional, Amtsblatt)
- Printprodukt: Faltblatt mit allen Aktivitäten und Partnerbetrieben der Kampagne für Postversand, Auslage in touristischen Betrieben
- Online-Marketing über Homepage www.BurgimSpreewald.de
- Startseite: Kampagnenvorstellung
- Rubrik Kulinarik: Darstellung beteiligter Betriebe, Rezepte rund um die Erdbeere
- Rubrik Wellness: Wellnessanwendungen, Gesundheitstipps rund um die Erdbeere, Arrangements
- weitere Marketingmaßnahmen nur mit Beteiligung der Partnerbetriebe

Ansprechpartner: René Loichen, Milena Hotzkow

4. „rund & gesund - Kürbiswochen im Spreewald“

Termin: 01.09.-31.10.2017

Ziele:

- Förderung der regionalen Dachmarke
- Förderung des Gesundheitstourismus mit den Komponenten Bewegung, Ernährung und Entspannung im Spreewald entsprechend unseres Kommunikationsschwerpunktes „Burg im Spreewald – natürlich wohlfühlen“
- Qualitätsinitiative in der Gastronomie, Ausbau der regionalen Wertschöpfungsketten und der Netzwerke, Angebotserweiterung für den Gast
- Saisonverlängernde Maßnahme

Aktivitäten:

- spezielle Menükarten rund um den Kürbis, Rezepte zum Nachkochen in den Restaurants und Gasthäusern
- Kräutermanufaktur „Kürbis-Werkstatt“
- Kürbis-Wellness in der Spreewald Therme und in anderen Wellness- und Gesundheitseinrichtungen
- Entwicklung von attraktiven Pauschalangeboten in den Beherbergungs-betrieben
- geführte Radtouren durch die Streusiedlung entlang der Kürbisfelder
- Kürbisprodukte von lokalen Produzenten und der Burger Hofbrennerei
- 07.10.2017 Veranstaltung „Nacht der Kürbisgeister“ am Bismarckturm

Marketingmaßnahmen:

- Visualisierung der Kampagne durch Tischaufsteller, Menükarten, Flyer
- umfassende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Tagespresse, regional, überregional, Amtsblatt)
- Printprodukt: Faltblatt mit allen Aktivitäten und Partnerbetrieben der Kampagne für Postversand, Auslage in touristischen Betrieben
- Online-Werbung: Kurzfilm (Trailer, 2:30 min) zu Werbezwecken im Internet
- Startseite/ eigene Homepage www.BurgimSpreewald.de und auf bekannten Onlineportalen wie bspw. YouTube oder MyVideo
- Rubrik Kulinarik: Darstellung beteiligter Betriebe, Rezepte rund um den Kürbis;
- Rubrik Wellness: Wellnessanwendungen, Gesundheitstipps rund um den Kürbis, Arrangements
- Rundfunkwerbung: Spot in Radiosendern in den Bundesländern Brandenburg und Sachsen

Ansprechpartner: René Loichen, Milena Hotzkow

5. „Fischzeit im Spreewald“ (gemeinsame Kampagne der Spreewaldorte)

Termin: 01.10.-11.11.2017

Ziele:

- Förderung der regionalen Dachmarke
- Qualitätsinitiative in der Gastronomie
- Saisonverlängernde Maßnahme

Aktivitäten:

- spezielle 3-Gang-Menüs rund um den Fisch
- Veranstaltungen rund um den Spreewaldfisch, z.B. Abfischen

Marketingmaßnahmen:

- Visualisierung der Kampagne durch Holzbretter, Menükarten, Flyer
- umfassende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Tagespresse, regional, überregional, Amtsblatt)
- Printprodukt: Faltblatt mit allen Aktivitäten und Partnerbetrieben der Kampagne für Postversand, Auslage in touristischen Betrieben
- Bewerbung der Kampagne auf www.fischzeit-im-spreewald.de

Ansprechpartner: René Loichen, Milena Hotzkow

5. Messen/Workshops/Promotionsveranstaltungen

In Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Spreewald e.V., dem Brandenburgischen Kurorte- und Bäderverband und der TMB GmbH werden touristische Messen in den wichtigsten Quellmärkten besucht.

Messeplan 2017:

Messe	Termin	Beteiligung
Grüne Woche	20.01.-29.01.2017	Prospektauslage am Stand vom Spreewaldverein
	26.01.2017	Teilnahme am Spreewaldprogramm, Promotion der Spreewälder Sagennacht
Dresdener Reisemarkt	27.01.-29.01.2017	Eigener Counter beim TV Spreewald; Gemeinschaftsstand des Bäderverbandes, Prospektauslage
Reisen Hamburg	08.02.-12.02.2017	Prospektauslage am TMB-Stand
ITB Berlin	08.03.-12.03.2017	Gemeinschaftsstand TV Spreewald am Landesstand Brandenburg und Gemeinschaftsstand mit dem Brandenburgischen Kurorte- und Bäderverband
Brandenburgischer Reisemarkt am Berliner Ostbahnhof	01.04.2017	Gemeinschaftsstand mit dem Amt Peitz, Prospektauslage oder personelle Beteiligung von Leistungsträgern
9. Brandenburg-Tag In Spandau	22.04.2017	eigener Stand Prospektauslage oder personelle Beteiligung von Leistungsträgern

Die Beteiligung der touristischen Leistungsträger ist über die Prospektauslage und/ oder über die personelle Vertretung des Unternehmens auf der Messe möglich.

Ansprechpartner: René Loichen, Caroline Füll

6. Kataloge/Broschüren/Sonstige Druckerzeugnisse

In allen Printprodukten des Amtes Burg (Spreewald) wird konsequent das Erscheinungsbild, Corporate Design (siehe Handbuch), umgesetzt. Neben der klaren, übersichtlichen Gestaltung liegt der Schwerpunkt auf kurzen, emotional ansprechenden Texten und aussagekräftigen Bildmotiven. Es erfolgt eine schrittweise Umstellung der Druckerzeugnisse auf Recyclingpapier.

Eigene Druckerzeugnisse

1. Monatsveranstaltungskalender (4 c- Onlinedruck)

zur Auslage in allen Hotels und touristischen Einrichtungen

Auflage: April bis September 5.000 Stück monatlich/ sonst 2.500 Stück
Ansprechpartner: Gaby Eichhorst, Marie Meinert

2. Verkaufsfördernde Printerzeugnisse:

Programmheft Spreewälder Sagennacht 2017 in Burg (Spreewald)

Auflage: noch offen
Erscheinung: Mai 2017
Ansprechpartner: Marie Meinert, Nicole Schlenger

3. Falblatt mit Veranstaltungshöhepunkten 2017

Auflage: 15.000 Stück (4c-Onlinedruck)
Erscheinung: November 2017
Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

4. Falblatt mit aktuellen Gruppenangeboten Sommer/ Winter

Auflage: 1.000 Stk. (4c-Onlinedruck)
Ansprechpartner: Milena Hotzkow

5. Falblatt mit aktuellen Pauschalangeboten Sommer/ Winter

Auflage: 1.000 Stk. (4c-Onlinedruck)
Ansprechpartner: Milena Hotzkow, Caroline Füll

6. Informationsflyer zum Angeln im Spreewald

Auflage: 3.000 Stk. (4c-Onlinedruck)
Ansprechpartner: Kathleen Kettlitz

7. „Gaststätten & Restaurants“

Flyer mit Öffnungszeiten und Kontaktadressen
Ansprechpartner: René Loichen

8. „Burg im Spreewald ...natürlich bewegen“ (Arbeitstitel)

Aktivbroschüre mit Tourenvorschlägen zum Rad fahren, Wandern, Walken und Paddeln
Auflage: 10.000 Stck.
Ansprechpartner: René Loichen, Nicole Schlenger

Weitere Druckerzeugnisse werden im Rahmen der Kampagnen erstellt. (siehe dazu Punkt 4. Eigene Kampagnen)

7. Werbung

In Kooperation mit touristischen Leistungsträgern werden in ausgewählten überregionalen Tageszeitungen, in Illustrierten und in Wellnessmagazinen sowie auf ausgewählten Online-Plattformen und in Rundfunksendern Anzeigenkollektive oder abgestimmte Anzeigenschaltungen/Spotschaltungen vorgenommen. Alle Aktivitäten erfolgen jeweils unter der Berücksichtigung von Quellmärkten (Berlin, Sachsen, Nordrheinwestfalen) und ausgewählten Sonderthemen.

Werbekampagne in Sachsen (Dresden/Leipzig)

Nach einer starken Bewerbung des Berliner Raumes in den vergangenen Jahren wollen wir 2017 wieder verstärkt in den Sächsischen Bereich gehen. Eine konsequent umgesetzte Werbekampagne besteht aus Anzeigen in Printmedien, Radiowerbung und Onlinemarketing soll vor allem den Winter im Kurort Burg stärker in unserem Hauptquellgebiet platzieren und die Einwohner animieren auch außerhalb der Saison Urlaub in Burg zu machen. Eine endgültige Abstimmung der einzelnen Maßnahmen ist noch nicht erfolgt.

Neben dieser Kampagne werden weitere Anzeigen platziert:

Printmedien

Spreewald Journal

regelmäßige Zuarbeit wichtiger touristischer Angebote und Höhepunkte in Burg und ausgewählte PR-Anzeigen zu Schwerpunktthemen für den regionalen Markt

Zielgruppe: Gäste, die bereits vor Ort sind und Urlaub machen
Erscheinung: alle 2 Monate (6x im Jahr)

ODEG O-Ton

Anzeige zum Urlaub in Burg im Spreewald

Erscheinung: Frühjahr und Herbst 2017

Lausitzer Rundschau

Medienkooperation, regelmäßige Zuarbeit wichtiger touristischer Angebote und Höhepunkte in Burg und ausgewählte PR-Anzeigen zu Schwerpunktthemen für den überregionalen und regionalen Quellmarkt sowie gezielte Verknüpfung von Print und Online durch urlaubsreich-aktiv.de

Beteiligung: Urlaubsreich Lausitz (Frühjahr & Herbst)
Urlaubsreich Spreewald (PR-Anzeigen sowie Tourentipps)

Ferienzeitung Spreewald

Imageseite zum Kurort Burg im Spreewald und seinen Angeboten

Erscheinung: ITB 2017

„Winter in Brandenburg“ (Broschüre)

Belegung der zweiten Umschlagseite mit Imagewerbung zum Winter in Burg Spreewald und einem buchbaren Angebot

Erscheinung: September 2017

Online-Werbung

Platzierung auf den Online-Plattformen: www.reiseland-brandenburg.de, www.urlaubsreich-aktiv.de, www.spreewald.de, www.wellness-fritzen.de, www.kurorte-land-brandenburg.de und

weiteren relevanten Adressen (u.a. www.berlin.de, www.visitBerlin.de, LVZ online und SZ-online)

Maßnahmen/Inhalt:

- gezieltes, thematisches Onlinemarketing auf wichtigen Plattformen in unseren Quellmärkten u. a. auch zur Verstärkung ausgewählter Printkampagnen (z.B. Urlaubsreich)
- Ausbau der Werbepräsenz im Web 2.0 (Social Media)
- Verbreitung der Web-Videos zu „Burg im Spreewald ...natürlich abschalten“, „Nacht der Kürbisgeister“, „Winter in Burg (Spreewald)“, „Traditionen und Bräuche“ auf bekannten Onlineportalen wie bspw. Youtube oder MyVideo
- Erweiterung der Beiträge zu Tourismus in Burg (Spreewald) auf Wikipedia, HolidayCheck.de, Tripadvisor.de

Ansprechpartner: Caroline Füll, Milena Hotzkow

8. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

regelmäßige Pressemitteilungen und regelmäßige Pressegespräche vor Ort zu allen touristisch relevanten Themen für die Regionalpresse sowie Presse Berlin und Sachsen und freie Journalisten in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein Burg (Spreewald)

Ansprechpartner: Nicole Schlenger und Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Amtes Burg (Spreewald), Kerstin Möbes

regelmäßige Presseinformationen zu touristischen Themen mit überregionaler Bedeutung an bundesweite Medien (Quellmärkte berücksichtigen)

Ansprechpartner: Nicole Schlenger und Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Amtes Burg (Spreewald), Kerstin Möbes

Beteiligung an individuellen Pressereisen der TMB oder des Tourismusverbandes Spreewald aus dem In- und Ausland

Individuelle Pressereise zu den Themen Kultur-, Natur-, Wellness- und Gesundheit sowie Aktivurlaub

Inhalt: Bereitstellen von Infomaterial, inhaltliche und finanzielle Unterstützung von Gästeführungen, Übernachtungen, Verpflegung und Programmaktivitäten, Vermittlung von Interviewpartnern

Ansprechpartner: Nicole Schlenger

Beteiligung am Themenpressediens der TMB GmbH

Inhalt: Erstellung und Versand (regionale und bundesweite Medien) von Pressemeldungen zu touristischen Schwerpunkten

Ansprechpartner: Nicole Schlenger und Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Amtes Burg (Spreewald), Kerstin Möbes

Aktualisierung der Fotodatenbank

Detaillierte Auflistungen zur geplanten Presseaktivität finden Sie im **Konzept zur touristischen Pressearbeit**.

9. Internetpräsentation

Angebotserweiterung und ständige Aktualisierung der Homepage

- Erstellung von Microsites zu den relevanten Kampagnen
- Einbindung von Web-Videos zu aktuellen Themen: Burg im Spreewald ...natürlich abschalten, Nacht der Kürbisgeister, Traditionen und Bräuche
- Eingabe von Veranstaltungen in die brandenburgweite Veranstaltungsdatenbank
- pdf-Downloadmöglichkeit aktueller Prospekte mit Blätterfunktion
- Darstellung barrierefreier Angebote für Menschen mit Behinderung
- Akquise weiterer touristischer Leistungsträger für die Datenbanken
- Integration eines „Tipp des Tages“ auf der Startseite zur individuellen Aufenthaltsgestaltung
- Übersetzung der Seiten ins Englische und Sorbische
- Ständige Pflege der Inhalte hinsichtlich Suchmaschinenoptimierung
- Bedarfsanalyse zur Überarbeitung/Relaunch des Onlineshops

Beteiligung: 1. kostenfreier Standardeintrag (Name, 1 Foto, Kurzbeschreibung)
 2. erweiterter Eintrag (eigene Microsite mit 2 zus. Fotos, Kontaktadresse, Verlinkung) – jährlich 75,00 € zzgl. gesetzl. MwSt.

Beteiligungsmöglichkeit gilt für alle Rubriken außer Übernachten (Darstellung erfolgt dort über das landesweite IRS TOMAS)

Termin: fortlaufend
 Ansprechpartner: Caroline Füll, Milena Hotzkow

Ausbau der Social-Media Aktivitäten für den Bereich Tourismus

wichtigste Kanäle:

- Facebook mit derzeit 1.864 Fans, 2-3 Beiträge pro Woche
- Instagram mit 76 Abonnenten (Generierung von Abonnenten durch starke aussagekräftige Bilder, Start 01.12.2016)
- Google+: wenig Fans, jedoch werden Inhalte von Google erkannt und verwendet
- weitere Kanäle: Youtube, Wikipedia, holidaycheck, tripadvisor, Blogs



- Erstellung einer Social Media Guideline für alle Mitarbeiter und Partner
- Vermarktung der eigenen Kampagnen, sowie Kampagnen der TMB, der WellnessFritzen und des Bäderverbandes, Veranstaltungshöhepunkte im Amt Burg, Online-Shop Angebote, tagesaktuelle Themen, Angebote der Leistungsträger
- Enge Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern des Ortes u.a. durch
 - o Bilder und Texte (allg. Neuigkeiten, Neueröffnungen, besondere Übernachtungs- und Restaurantangebote, Menüs)
 - o gegenseitig Fan werden
 - o Inhalte „Liken“, „Sharen“ & „retweeten“
 - o Eigenen „Freunden“ die andere Seite empfehlen
 - o Inhalte verlinken (z. B. Videos, Blogs)

Ansprechpartner: Milena Hotzkow, Caroline Füll

10. Informations- und Reservierungssystem

Teilnahme am landesweiten Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburg (IRS), genannt TOMAS als IRS-Volllizenznehmer:

- Eingabe und kontinuierliche Aktualisierung der Stammdaten aller beteiligten Leistungsträger auf Ortsebene (Stand Februar 2016: 202 Betriebe)
- Buchung der touristischen Angebote auf Ortsebene und Steigerung des buchbaren Angebotes auf Landesebene
- IRS-Datenbank bildet die Grundlage für die Internetbuchung auf www.burgimspreewald.de/de/uebernachten/

Maßnahmen/ Ziele:

- Ausbau der Online-Buchung: Ziel ist es möglichst viele Leistungsträger auf Kontingentbasis buchen zu können (Service für den Gast)
- Unterstützung der Leistungsträger bei der permanenten Pflege der Verfügbarkeiten über den kostenfreien Pflege-Client
- Integration der neuen Onlinebuchung auf der Homepage www.BurgimSpreewald.de (Buchbarkeit von Bausteinen)
- Konsequente Umwandlung aller TClient-Zugänge zum kostenfreien TManager zur permanenten Pflege der Verfügbarkeiten sowie zusätzlich buchbaren Funktionen wie TBooking und Belegungskalender
- TManager verfügt über Schnittstelle zu der elektronischen Kurbeitragserhebung von AVS (alle über Tomas getätigten Buchungen können in den elektronischen Meldeschein umgewandelt werden)
- Übersetzung der Hotelbeschreibung ins Englische
- stärkere Nutzung der Backoffice-Funktion (Statistik)
- **NEU 2017:** Einpflegen von Bausteinen (Gesundheitsangebote, Kahnfahrten, Ortsführungen, Veranstaltungen etc.)

Termin: fortlaufend

Ansprechpartner: Marona Paschke, Nicole Schlenger

11. Veranstaltungen

Erstellen eines monatlichen Veranstaltungskalenders

für das Amt Burg (Spreewald) und regelmäßiger Vertrieb an alle relevanten Stellen

Ansprechpartner: Gaby Eichhorst, Marie Meinert

Qualifizierung von Großveranstaltungen und Intensivierung des Marketings zur Steigerung der überregionalen Bedeutung

Ansprechpartner: Gaby Eichhorst, Marie Meinert; Markus Klamt

Durchführung regelmäßiger Kurkonzerte auf der Festbühne und Konzerte Bürger KunstGenuss an der Weidenburg

Ansprechpartner: Gaby Eichhorst, Marie Meinert; Markus Klamt

Unterstützung von externen Veranstaltern bei der Durchführung von Veranstaltungen in Burg und Umgebung sowie Vermietung der Standflächen etc.

Ansprechpartner: Markus Klamt

Veranstaltungshöhepunkte 2017 (Näheres auf www.BurgimSpreewald.de)

Spreewälder Sagenacht, 03.06.- 05.06.2017

Sagenhaftes Musikspektakel über Geschichte, Bräuche und Sagen der Wenden/Sorben im Spreewald vor einer zauberhaften Naturkulisse mit atemberaubendem Abschlussfeuerwerk
Kartenverkauf über CTS, Reservix, Lautix und in der Touristinformation Burg
Ansprechpartner: Nicole Schlenger, Marie Meinert

Spreewälder LiteraTour, 24.06.2017

Literaturerlebnis bei abendlichen Lesungen und Autorengesprächen in spreewaldtypischer Atmosphäre unter dem Motto der 12. Aquamediale „Glaube – Liebe – Hoffnung“
11:00 Uhr Auftaktveranstaltung zur Spreewälder LiteraTour mit Vorstellung der Autoren und des Programms, Lesungen und Aktivitäten für Kinder
17:00, 19:00 und 21:00 Uhr Besuch von drei Lesungen bei Gastgebern in der Burger Streusiedlung (inklusive Shuttle)
eine Veranstaltung des Sachgebietes Tourismus und des Tourismusvereines Burg im Rahmen der 12. Aquamediale
Ansprechpartner: Nicole Schlenger, Marie Meinert

16. Spreewälder Handwerker- und Bauernmarkt, 08.07 - 09.07.2017

Traditionelles Handwerk, regionale Produkte, Spreewälder Traditionen, Musik und Folkloreprogramm
Ansprechpartner: Markus Klamt

Lange Nacht der Kunst- und Handwerkshöfe, 05.08.2017

Kunst und traditionelles Handwerk zum Anschauen und Mitmachen
Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

25. Heimat- und Trachtenfest des Amtes Burg (Spreewald), 25.08. – 27.08.2017

Handwerker- und Schaustellermarkt, buntes Unterhaltungsprogramm und Trachtenvielfalt, Höhepunkt: Traditionsreicher Festumzug am Sonntag 14:00 Uhr
Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

1917-2017 – Wir feiern 100 Jahre Bismarckturm, 01.09. – 03.09.2017

Freitags, 14.00 bis 18.00 Uhr: Auftaktveranstaltung der Spreewälder Kulturstiftung (Vorträge zur Historie des Turmes, zu Ausgrabungen, Bronzezeit & Kultwägelchen)
Samstags, 10.00 bis 22.00 Uhr: Reise in die 20er Jahre mit kostenfreier Eintritt und Führungen in historischem Gewand, kleine Programmpunkte wie Charleston, Swing etc.
Sonntags, 10.00 bis 14.00 Uhr: Frühschoppen mit Blasmusik (Big Band)
Ansprechpartner: Marie Meinert

Nacht der Kürbisgeister am Bismarckturm, 07.10.2017

Wettbewerb um die originellsten Kürbisse, Unterhaltungsshow mit Feuer, Licht, Zauber, Geistern und Hexen und atemberaubendem Abschlussfeuerwerk
Ansprechpartner: Marie Meinert

Burger Adventsfest, 09.12. - 10.12.2017

mit stimmungsvollem vorweihnachtlichen Programm, regionalen Köstlichkeiten, Handwerkskunst, Tiergehege, Glühweinkahnfahrten und mehr
Ansprechpartner: Markus Klamt

„Geschichte auf dem Kahn“ – Eine kleine Wassermusik mit der launigen Forelle

Kurzweilige Kahnfahrt mit einer kleinen Kaffeerrunde auf dem Kahn, Anne Schierack als gesangs- und rezitationsfreudige Forelle, begleitet von Eric Törsel an der Gitarre, „Unterwegs“
 Termine: 13.05., 24.06., 22.07., 12.08., 16.09.2017
 Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

Burger Kunstgenuss an der Weidenburg
 „Irische Nacht“ mit traditionell irischer Musik am 17.06.2017
 Chanson Comedy – Dancing Queen auf Nulldiät – Abba-Chanson-Abend am 22.07.2017
 Am Abend mancher Tage – Mix aus Poesie und Songs mit Wolke X am 12.08.2017
 Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

Burger KurKonzert auf dem Festplatz
 Benni & Co – Pop, Rock und Schlagermusik am 06.05.2017
 Blasorchester Cottbus & Johann Strauß auf einer Reise nach Singapur am 25.06.2017
 Original Lausitzer Blasmusikanten mit schwungvollen Melodien am 23.07.2017
 Ansprechpartner: Gaby Eichhorst

12. Reiseveranstaltung/Produktentwicklung

Angebotsenerweiterung von Pauschalarrangements der Leistungsträger Maßnahmen/Inhalt:

- Erarbeitung und Vertrieb von Arrangements mit Übernachtung, Wellnessleistungen und Kultur- und Freizeitangeboten als Ergänzung zu vorhandenen Pauschalen der Leistungsträger
- Bedienung von Nischennachfragen, z.B. im Gesundheitstourismus, Familienarrangements
- individuelle Zusammenstellung von Arrangements (Baukastenprinzip)
- Netzwerkerweiterung von Kooperationspartnern zur Attraktivitätssteigerung
- Ausbau der Reisevermittlungstätigkeit
- Faltblatt mit aktuellen Pauschalangeboten

Ansprechpartner: Caroline Füll, Milena Hotzkow

13. Initiativen zur Qualitätssteigerung / Erhöhung der Servicequalität

1. QualitätsDorf Burg im Spreewald (Q-Dorf) - Maßnahmenumsetzung

Als erstes Dorf Deutschlands erlangte Burg (Spreewald) im August 2012 den Titel Q-Dorf. Voraussetzung war die Beteiligung von mindestens 15 Betrieben, die mit der Servicequalität Deutschland ausgezeichnet wurden und sich in mehreren Workshops zu einheitlichen Servicestandards verpflichtet haben. Der Titel „QualitätsDorf“ konnte im August 2016 erneut erlangt werden und dient dazu, den Kurort Burg (Spreewald) als einen Standort mit nachgewiesener Qualität zu etablieren und ein neues Zusammengehörigkeitsgefühl unter den Betrieben zu schaffen.

Zielsetzung:

- konsequente Umsetzung des Maßnahmenkataloges, denen sich die Q- Betriebe im Sinne der Servicequalität für den Gast verpflichtet haben (Übersicht aller Maßnahmen auf www.BurgimSpreewald.de)
- Beratung touristischer Unternehmen zur Servicequalität
- Einbeziehung weiterer Leistungsträger in den Qualitätsprozess

Ansprechpartner: Nicole Schlenger (Stadtsprecherin)



Zu den wichtigsten Maßnahmen gehören:

Datenbank „Rund um die Gesundheit“ (Arbeitstitel)

Inhalt: Angebote und Produkte zum Thema Gesundheit sowie Tipps für die Urlaubsgestaltung, Buchbarkeit der Angebote realisieren
 Termin: 2. Quartal 2016

Etablierung einer Q-Akademie (Frühjahr und Herbst 2017)

Ziel: Wissensvermittlung innerhalb des Kurortes Burg
 Maßnahme: Organisation von Seminaren und Schulungen zu relevanten Themen
 Termin: März 2017 – Englisch für Touristiker
 November 2017 – Facebook, Twitter & Co. – Grundlagen des Social Media

Gemeinsamer Frühjahrsputz der Qualitätsbetriebe

Ziel: Stärkung des Wir-Gefühls und der Medienwirksamkeit
 Termin: April 2017

2. Fortführung der ServiceQualität Deutschland, Stufe I, Stufe II



Das Qualitätsmanagementprogramm „ServiceQualität Deutschland“ bietet die Möglichkeit, mit einfachen Instrumenten Dienstleistungsqualität zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren. Mit über 22.500 deutschlandweit ausgebildeten QualitätsCoaches und 4.000 zertifizierten Unternehmen ist die „ServiceQualität Deutschland“ das führende Qualitätssymbol im touristischen Dienstleistungsbereich.

Zielsetzung: Einbeziehung weiterer Leistungsträger in die Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland
 Zielgruppen: alle Dienstleistungsbetrieb rund um die touristische Servicekette, z.B. Tourismusorganisationen, Gastronomie, Hotellerie, Camping, Freizeit, Einzelhandel, Arztpraxen u.s.w.
 Ansprechpartner: Nicole Schlenger
 Kosten: Ausbildung zum QualitätsCoach: 1,5 Tage, Teilnahmegebühr: 295,- EUR pro Person
 Ausbildung zum QualitätsTrainer: 1,5 Tage, Teilnahmegebühr: 295,- EUR pro Person

Die Kosten für die Antragsstellung und Verleihung des QualitätsSiegels ServiceQualität Deutschland Stufe I richtet sich nach der Anzahl der Vollbeschäftigten im Unternehmen.

Unternehmen bis 5 Vollbeschäftigte	295,- EUR zzgl. MwSt.
Unternehmen mit 6 bis 20 Vollbeschäftigte	395,- EUR zzgl. MwSt.
Unternehmen ab 21 Vollbeschäftigte	495,- EUR zzgl. MwSt.
Zweigstellen je 50,- EUR zzgl. MwSt.	

Die Antragsgebühren beinhalten die Prüfung der Unterlagen und Dokumentation in einem Auswertungsbericht, die Kosten für Plakette, Urkunde und Nachbetreuung.

3. Klassifizierung von Privatunterkünften

Neu- und Nachklassifizierungen nach Vorgaben des DTV als ständiger Prozess der
Ansprechpartner: Marona Paschke

4. Zertifizierung der Touristinformation mit der I-Marke

Permanenter Prozess zur Sicherung der Kundenzufriedenheit und Steigerung der Servicequalität als Grundlage zur Zertifizierung der Touristinformation Burg als Lizenznehmer der i-Marke durch den Deutschen Tourismusverband.
Ansprechpartner: Nicole Schlenger



5. Erhöhung der Kompetenz der Mitarbeiter(innen) und Leistungsträger

Teilnahme an Seminaren und Fortbildungen durch die Mitarbeiter, Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen für die Leistungsträger (Q-Akademie)
Ansprechpartner: Nicole Schlenger

6. Beteiligung an der Qualitätsinitiative „Brandenburg für Alle“

- Workshops und Informationsveranstaltungen im Rahmen der Qualitätsinitiative
- „Brandenburg für Alle - barrierefreier Tourismus“ in Zusammenarbeit mit der
- Tourismusakademie Brandenburg (TAB) und dem TV Spreewald

Termin: fortlaufend

Aufgaben: Barrierefreie Angebote für die Heimatstube entwickeln

Ansprechpartner: Kathleen Kettlitz und TAB

14. Vermarktung der zum SG Tourismus zugehörigen touristischen Einrichtungen

Heimatstube

Dauerausstellung – Geschichte & Gegenwart von Burg (Spreewald); Geschichte und Geschichten der Spreewaldbahn

Sonderausstellung - Eröffnung der neuen Sonderausstellung Ende April 2017

Schauvorführung „Malen Sorbischer Ostereier“ in der Wachsreserve- und Bossiertechnik,
11./12. März, 25./26. März; 08./09. April von 12.00 Uhr bis 16.00 Uhr

16./17. April (Ostersonntag, -Montag) von 13.00 Uhr bis 17.00 Uhr

Internationaler Museumstag am 21. Mai 2017

Heimatstubenfest mit Trachten, Tanz und Traditionen und Lange Nacht der Museen im Landkreises Spree-Neiße am 09. September 2017 von 14.00 Uhr bis 21.00 Uhr

Spiele-Nachmittage am 04. und 05. Oktober 2017

Mini-Kino mit dem Film „Sommer im Spreewald“ von 1952 vom 27. bis 29.12.2017

Gruppenangebote 2017

Für 1. bis 6. Klasse und große Kindergartenkinder ist folgendes Angebot sehr zu empfehlen:

- „**Sagenfiguren des Spreewaldes kennenlernen**“ und etwas über die Lebensweise früher in unserer Region erfahren, mit Verkleidungsmöglichkeiten
- **Ein Sagenhaftes Würfelspiel** (max. 10 Mitspieler) - gebaut nur für die Heimatstube Burg, um die Umgebung von Burg besser kennenzulernen. Spielfiguren sind unter anderem Sagengestalten.

Zu empfehlen für Klasse 7, höhere Klassen und Erwachsene:

- **Allgemeine Führung zu den Themen:**
 - Niedersorben/ Obersorben/ Wenden – Sprache
 - Niedersorbische/wendische Trachten (Kleidung zu verschiedenen Anlässen und Orte)
 - Flachsverarbeitung
 - evtl. Sorbische Ostereiermaltechniken
 - Spreewaldbahn
 - zur aktuellen Sonderausstellung: „Meine wendischen Wurzeln
 - Wendische Auswanderer aus dem Kreis Cottbus“

- Zur Vorosterzeit in Kombination mit Waleien
 - ein Spiel, bei welchem Eier eine schräge Bahn herunter gekullert werden. Wird ein Ei getroffen, darf man es mit seinem Ei aus der Bahn nehmen. Trifft man nicht, muss das eigene Ei liegen bleiben.

(Terminabsprachen erforderlich)

Haus der Begegnung mit Spreewaldbibliothek

Veranstaltungen 2017

09.03.2017	Buchlesung mit Marianne Birthler „Halbes Land. Ganzes Land. Ganzes Leben“
16.03.2017	Musikalische Lesung mit dem Burgfräulein Bö. „Ritter Rost“ (für Erstklässler)
06.04.2017	Buchlesung der Domowina „Mit Licht gemalt“
23.04.2017	Tag der offenen Tür anlässlich des „Welttages des Buches“ mit kleinen Aktionen 14.00 bis 17.00 Uhr
01.06.2017	Märchenstunde mit der Märchenoma, Lesung für Kinder anlässlich des Kindertages
24.06.2017	Spreewälder LiteraTour im Rahmen der 12. Aquamediale 11.00 Uhr Auftaktveranstaltung im Kur- und Sagenpark mit Vorstellung der Autoren sowie Lesungen und Aktivitäten für Kinder & Familien
22.08.2017	Eröffnung der Veranstaltungsreihe „Tatort Bibliothek“ mit einer Buchlesung der Spreewaldkrimireihe von Christiane Dieckerhoff (angefragt) anlässlich der Festwoche zum 25. Heimat- und Trachtenfest
Sept./Okt. 2017	Veranstaltung mit dem Sachsendreyer – Theater
Okt./Nov. 2017	Lesung für Kinder mit Dirk Petrick
Weihnachten	Angebote in der Weihnachtszeit z.B. Märchenstunde mit der Leseomi, Angebote für Erwachsene, Bastelnachmittage etc.

Sonstige Aktivitäten:

Dienstags	Ganztagsangebot der Burger Schule „ Lesemäuse “ für Leseanfänger der ersten und zweiten Klasse
10.03.2017	Bibliotheksführungen für Zweitklässler (Kooperation mit der Schule)
ab 10.03.2017	Ausstellung der Märchenkisten der Grundschule Burg
Mai	Lesestart – Veranstaltung für Kindergartenkinder (ab 4 Jahren)
ganzjährig	Buchausstellung zu bestimmten Anlässen wie Ostern, Lutherjahr, Urlaubszeit/Reisezeit, Herbst, Halloween, Weihnachten
jede 3. Woche	Medienausleihen in der Grundschule Briesen und im Hort Werben, Medientausch mit Kindergarten in Werben
monatlich	Vorstellung neuer Bücher im Amtsblatt (mit Kerstin Möbes)

Bismarckturm

Ausstellung zur Geschichte des Schlossberges und zur Entstehung des Bismarckturmes
Wir feiern 100 Jahre Bismarckturm – eine Reise in die 20er vom 01.09.-03.09.2017
Nacht der Kürbisgeister am Bismarckturm, 07.10.2017

Heimatmuseum Dissen

neue Ausstellungen, museumspädagogische Angebote, Schauvorführungen,
Slawisches Mittelalterfest „Stary lud“, 27.05. - 28.05.2017
Lange Nacht der Museen im Landkreis Spree-Neiße, 09.09.2017
Es riecht nach Streit- Krieger beim alten Volk – Geschichte zum Anfassen für die Familie
30.09./01.10.2017
500 Jahre Reformation – Frauen soll man loben... 14.10.2017

--Änderungen vorbehalten--