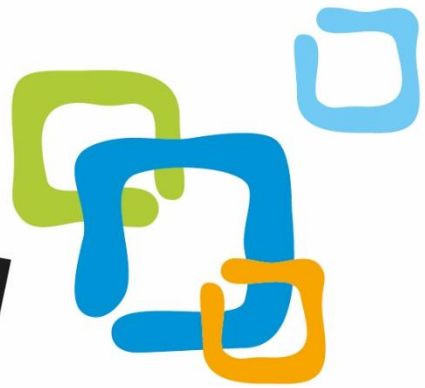


***Lausitzer
Seenland***



Hier taucht Glück Plus

Marketingplan 2019

Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.

I. Allgemeines zum Marketingplan 2019

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 fünf thematischen Arbeitsgemeinschaften des TV LSL: AG Aktiv, AG Kultur, AG Barrierefrei, AG Kommunen, AG Familie 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.

Der Marketingplan 2019 beruht auf dem touristischen Marketingkonzept des Lausitzer Seenlandes (2017), das die Grundlage für alle Aktivitäten des TV LSL bildet. Die hierin getroffenen Aussagen zu Leitbild, Zielgruppen und Handlungsempfehlungen stellen die Leitlinie für die Arbeit des Verbandes dar.

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
Leiter 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

Melanie Fliege-Blossey
Produkte/Marketing
Tel. 03573 725300-11
fliege-blossey@lausitzerseenland.de

Denise Haynert
Online-Marketing
Tel. 03573 725300-15
haynert@lausitzerseenland.de

Antje Boshold
Projektmanager Energie-Route
/ Industriekultur Brandenburg
Tel. 0152 06207614
info@energie-route-lausitz.de

Touristinformation
Hoyerswerda
Tel. 03571 2096170
hoyerswerda@lausitzerseenland.de

Touristinformation Senftenberg
Tel. 03573 1499010
senftenberg@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
Marktforschung der TMB „GfK DestinationMonitor“	ganzjährig	Seite 8
Marktforschung Projekt „KlimaCent“	ganzjährig	Seite 8

Marke „Lausitzer Seenland“

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Nutzung der Wort-Bild-Marke „Lausitzer Seenland“ (Logo)	ganzjährig	Seite 8
Seenland-Produkte mit Label	ganzjährig	Seite 9

Innenmarketing

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Tourismus-Newsletter	je nach Bedarf, anlassbezogen	Seite 9
Service für Touristiker auf www.lausitzerseenland.de	ganzjährig	Seite 9
Portal Tourismusnetzwerk für Marketingausschuss und AGs	ganzjährig	Seite 10
Schulungsreihe zur Digitalisierung im Tourismus	ganzjährig	Seite 10
2. Tourismustag Lausitzer Seenland	26. März 2019	Seite 11
Regionalkonferenz Lausitzer Seenland	13. November 2019	Seite 11

Arbeit der AGs des TV LSL		
Arbeit der AG Aktiv	ganzjährig	Seite 11
Arbeit der AG Kultur	ganzjährig	Seite 11
Arbeit der AG Barrierefrei	ganzjährig	Seite 12
Arbeit der AG Kommunen	ganzjährig	Seite 12
Arbeit der AG Familien	ganzjährig	Seite 12

Qualitätskampagne

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Informationstour für Touristiker	Oktober 2019	Seite 12
Tourismus-Pass Lausitzer Seenland (Weiterbildungs-Pass für Touristiker)	ganzjährig	Seite 12
Weiterbildung für Reiseleiter/Gästeführer	jährlich	Seite 13
Zertifizierungen	ganzjährig	Seite 13

Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen

Maßnahme	Termin	Ansprechpartner	weitere Infos
Reisemesse Dresden	25. – 27.01.2019	TV LSL	Seite 14
Beach & Boat Leipzig	28.02.- 03.03.2019	TV LSL in Kooperation	Seite 14
For Bikes Prag	29. – 31.03.2019	TV LSL in Kooperation	Seite 14
VELOBerlin	27.-28.04.2019	TV LSL	Seite 15
Seenlandtage mit Saisonstart	27.-28.04.2019	TV LSL	Seite 15
Messe-Prospektservice	Messesaison 2019	TV LSL	Seite 15
Verleih von Messestand-Equipment und gebrandeten Liegestühlen	ganzjährig	TV LSL	Seite 16

Publikationen

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

Maßnahme	Erscheinungs-termin	Herausgeber	weitere Infos
Lausitzer Seenland Magazin 2020/21	Januar 2020	TV LSL	Seite 17
Gastgeberverzeichnis 2020/21	Januar 2020	TV LSL	Seite 17
Imagekarte „Erlebnis Lausitzer Seenland (Arbeitstitel)“	Frühjahr 2019	TV LSL	Seite 18
Abreißplan Lausitzer Seenland	Frühjahr 2019	TV LSL	Seite 18
Neuaufgabe Seenland-Route	Frühjahr 2019	TV LSL	Seite 18
Prospekt Tschechien	Januar 2020	TV LSL	Seite 18
Publikationen der Partner			
Faltblatt Schiffbarkeit	2019	ZV LSS / ZV LSB	Seite 19

Presse- und Medienarbeit

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Presse- und Bloggerreisen	ganzjährig nach Bedarf	Seite 19
1. Bloggercamp im Lausitzer Seenland	Mai 2019	Seite 20
Pressemitteilungen	ganzjährig, anlassbezogen	Seite 20
Pressedienst überregional	anlassbezogen	Seite 20
Rechercheunterstützung	ganzjährig nach Bedarf	Seite 20
Online-Pressauftritt	ganzjährig	Seite 20

Internet

Maßnahme	weitere Infos
Entwicklung der Nutzerzahlen	Seite 21
Beteiligungsmöglichkeiten/Maßnahmen 2019	
Onsite-Befragung	Seite 22
Datenmanagementsystem (DAMAS) der TMB	Seite 22
Anbiereintrag mit Verlinkung	Seite 22
Präsentation und Vermittlung von buchbaren Reiseangeboten	Seite 22
Veranstaltungskalender	Seite 23
Software-Projekt „Mein Brandenburg“	Seite 23
Aktuelle Informationen unter „Aktuelle Meldungen“	Seite 24
Newsletter für Endkunden	Seite 24
Online-Buchungssystem	Seite 24
Online-Gastgeberverzeichnis	Seite 25
Online-Shop	Seite 25
Social-Media-Kanäle	Seite 26

Auslandsmarketing

Maßnahme	Termin	Ansprechpartner	weitere Infos
TMB Marktbearbeitung Tschechien	ganzjährig	TMB / TV LSL nach Abstimmung mit TMB	Seite 26

Kontakt zu Übersetzern	ganzjährig	TV LSL	Seite 27
Printprodukt Tschechien	ganzjährig	TV LSL	Seite 27
Regionswebseite – tschechische Sprachversion	Frühjahr 2019	TV LSL	Seite 27
Polnischer Markt	ganzjährig	LK SPN	Seite 27

Produktentwicklung

Maßnahme	Termin	weitere Infos
Leitprodukte Marke „Lausitzer Seenland“	ganzjährig	Seite 27

Projekte des TV LSL

Projekte	Termin	weitere Infos
Winter im Lausitzer Seenland	ganzjährig	Seite 28
Familientourismus im Lausitzer Seenland	ganzjährig	Seite 28
ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur / Touristisches Netzwerk Industriekultur Brandenburg	ganzjährig	Seite 29
KlimaCent	ganzjährig	Seite 30
Projekt Barrierefreier Tourismus		
Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit	ganzjährig	Seite 30
Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“	ganzjährig	Seite 31

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. Für 2019 ist eine Sonderstudie zum Selbstbild angedacht – bislang wird mit Destination Brand nur das Fremdbild gemessen. Bei der Untersuchung der internationalen Märkte prüft das IMT, ob ab 2019 auch Tschechien und Polen mit einbezogen werden können.

2019 wird unter der Leitung der Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (MGO) für das Lausitzer Seenland die Markenstärke und Themenkompetenz weitergehend untersucht.

Durchführungszeitraum: ganzjährig

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

2. Marktforschung der TMB „GfK DestinationMonitor“

Der TV LSL beteiligt sich ab 2019 am Monitoring-Instrument DestinationMonitor der GfK. Dieser misst kontinuierlich das Reiseaufkommen und bietet zudem Informationen zu zahlreichen strukturbezogenen Daten – von Reiseanlässen über Aktivitäten vor Ort bis hin zur Gesamtbewertung und Weiterempfehlungsbereitschaft. Unter Leitung der TMB haben sich alle Reisedestinationen Brandenburgs auf Kennzahlen geeinigt, um die touristischen Entwicklungen zu messen und untereinander vergleichen zu können. Gegenseitige Lern- und Innovationsprozesse sollen dadurch angestoßen werden.

Für das erste Quartal 2019 ist ein zentraler Interpretationsworkshop geplant

Ergebnisse aus den Marktforschungsinstrumenten der TMB werden direkt im Tourismusnetzwerk Brandenburg vorgestellt.

Durchführungszeitraum: ganzjährig

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

3. Marktforschung Projekt „KlimaCent“

Siehe XV. Projekt KlimaCent, Seite 30

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 taucht 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

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
 - Partner können relevante Informationen zuarbeiten
- Erscheinungstermin: je nach Bedarf
- Auflage: Versand an ca. 580 E-Mail-Adressen
- Ansprechpartner: Katja Wersch

2. Service für Touristiker auf www.lausitzerseenland.de

Der Bereich Service für Touristiker im Footer der Regionswebseite 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. Im internen Bereich finden sich die Protokolle der Mitgliederversammlungen und die Geschäftsberichte des TV LSL.

- Ansprechpartner: Katja Wersch

3. Portal Tourismusnetzwerk Brandenburg für Marketingausschuss, AGs und Touristinformationen

Alle Protokolle und Termine des Marketingausschusses, der Arbeitsgemeinschaften (AGs) und der Touristinformationen werden zukünftig in geschlossenen Gruppen im Portal des Tourismusnetzwerks Brandenburg unter www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de für eingeloggte Teilnehmer zu Verfügung gestellt. Die Gruppen dienen als Plattform, auf der gebündelt über die jeweiligen Inhalte informiert und diskutiert werden kann.

Ansprechpartner: Organisation Marketingausschuss und AGs – Marcus Heberle
Technische Einrichtung – Denise Haynert
Allgemein zum Tourismusnetzwerk Brandenburg - Lynn Ciminski,
Projektmanager Cluster Tourismus, lynn.ciminski@reiseland-
brandenburg.de, Tel. 0331 29873573

4. Schulungsreihe zur Digitalisierung im Tourismus

Für 2019/2020 plant der TV LSL eine Schulungsreihe zur Digitalisierung im Tourismus für touristische Anbieter und Partner.

Für nahezu jeden Punkt seiner Planung und Reise kann der Gast mittlerweile online gehen – er lässt sich in YouTube-Videos und auf der Destinationswebseite von der Region inspirieren, bucht seine Ferienwohnung online über ein Buchungssystem, schaut auf der Homepage eines Restaurants in die Speisekarte, fragt Google, was er heute machen könne, postet Urlaubsbilder für seine Freunde und Follower auf Facebook, Instagram und Pinterest und bewertet zu Hause seinen Besuch mit Sternen oder Punkten in einer App. Diese Entwicklung schreitet voran, egal, ob wir bewusst daran teilnehmen, oder nicht. Es ist daher wichtig, die Partner und Leistungsträger umfassend zu informieren und qualifizieren.

Die kostenpflichtige Schulungsreihe geht auf diese digitalen Berührungspunkte des Gastes ein und behandelt die verschiedenen Themenfelder, die gemeinsam mit dem Marketingausschuss abgestimmt wurden: Webseite und Webseitengestaltung, Social-Media-Kanäle und deren Relevanz, das Erstellen von qualitativ hochwertigen Fotos und Textbeiträgen (Content) passend zum jeweiligen Kanal, Location Based Services und Navigation für das beste Informationserlebnis vor Ort sowie Buchungsplattformen und Bewertungsportale.

Ziel ist es, die Teilnehmer für die Wichtigkeit und Vielfältigkeit der digitalen Kommunikation zu sensibilisieren und deren Chancen aufzuzeigen, dadurch eine steigende Anzahl von Gästen unmittelbar zu erreichen, zu gewinnen und zu dauerhaften Fans zu machen. Touristische Anbieter erhalten Tipps und Handlungsempfehlungen, sich routiniert auf den für sie relevanten Plattformen zu bewegen und selbst Inhalte zu erstellen, die von ihrem Angebot begeistern. In Zusammenarbeit mit den Online-Medien des TV LSL sorgen sie für eine informative, emotionale und einladende Darstellung der Reiseregion Lausitzer Seenland.

Die Themen sollen in mehreren Veranstaltungen behandelt werden, die jeweils doppelt bzw. dreifach stattfinden, um für alle Anbieter in der Gebietskulisse erreichbar zu sein. Für die Durchführung der Schulungen strebt der TV LSL eine Förderung an.

Thema: Tourismus digital
Termin: mehrere Termine in Vor- und Nachsaison 2019 bis 2020,
nachmittags/abends
Ort: wechselnde Standorte im Lausitzer Seenland
Kostenbeitrag: wird rechtzeitig bekanntgegeben
Ansprechpartner: Denise Haynert

5. 2. 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 seinen zweiten Tourismustag im Lausitzer Seenland in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern. Der Tourismustag löst das Wirte- sowie das Vermieterseminar ab und trägt u.a. mit themenspezifischen Workshops dazu bei, das Qualitätsdenken im Lausitzer Seenland zu verinnerlichen.

2019 stellt der Tourismustag einen Auftakt zur Schulungsreihe Digitalisierung im Tourismus dar und soll zu den betrachteten Themenfeldern einleiten. Zusätzlich bietet er wieder die Möglichkeit

des Austauschs der touristischen Partner untereinander, informiert über die aktuelle Arbeit des TV LSL und endet mit der Präsentation des aktuellen Stands der Sanierungen durch die LMBV.

Thema: Digitalisierung im Tourismus
Termin: 26. März 2019, 10:00 – 17:00 Uhr
Ort: Großräschen, Kurmärker
Kostenbeitrag: wird rechtzeitig bekanntgegeben, Teilnahme am Vortrag der LMBV ist kostenfrei
Ansprechpartner: Denise Haynert

6. Regionalkonferenz Lausitzer Seenland

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

Termin: 13. November 2019
Ort: vsl. Energiefabrik Knappenrode
Ansprechpartner: Zweckverband Lausitzer Seenland Sachsen, Tel. 03571-6054302

7. Arbeit der AGs des TV LSL

Die konkrete Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern und Kommunen der Region erfolgt u.a. in den fünf thematischen Arbeitsgemeinschaften des TV LSL: AG Aktiv, AG Kultur, AG Barrierefrei, AG Kommunen, AG Familie. 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, info@iba-tours.de, Tel.: 035753 261-23

b) Arbeit der AG Kultur

- 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, stefan-heinz@museum-osl.de, Tel.: 03573 2628

c) Arbeit der AG Barrierefrei

- Informationsaustausch zu deutschlandweiten Aktionen im barrierefreien Tourismus
- Aufbau barrierefreier touristischer Serviceketten im Lausitzer Seenland u.a. für seheingeschränkte und sehbehinderte Gäste

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, schul-kulturamt@lauchhammer.de, Tel.: 03574 488-300

e) Arbeit der AG Familie

- Gemeinsame Produktentwicklung für spezielle Altersgruppen
- Informationsfahrt: Austausch mit familienfreundlichen Best Practise-Anbietern
- Darstellung der Zielgruppe „Familie“ im Lausitzer Seenland Magazin 2020/21

Leiter der AG: wurde noch nicht bestimmt.

Ansprechpartner: Marcus Heberle

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 2019

Ziel: Die Tourauswahl erfolgt im Juni 2019

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: ganzjährig – Laufzeit bis Ende 2021

Ort: der personengebundene Pass kann beim TV LSL sowie den TIs 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 (Vortrag LMBV)“ 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).

Hinweis:	2019 wird eine Ausbildung zum Gästeführer im Lausitzer Seenland durch den Landkreis OSL und SPN angeboten.
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 TV LSL unterstützt). Auf www.lausitzerseenland.de werden 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 TV LSL vergibt als Prüfer im Auftrag des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) nach bundeseinheitlichen Kriterien Sterne je nach Standard eines Privatquartiers.

Beteiligungsmöglichkeiten: Anbieter von Ferienwohnungen, Ferienhäusern, Ferienzimmern etc. (bis einschließlich 9 Betten)

Kosten: DTV-Lizenzgebühren: 24,99 € zzgl. MwSt. pro klassifiziertem/r Ferienhaus/-wohnung und einmalig pro Ferienzimmernanbieter (bis 9 Betten), zuzüglich 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 XVII.

VII. Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen

Der TV LSL besucht 2019 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 Reisemessen 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. Reisemesse Dresden

Termin:	25. – 27.01.2019
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 m ² Standfläche, Counter, Aussteller- und Parkausweis - Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 15)
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

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

Besucher:	ca. 40.000 (bei 3 parallelen Messen)
Termin:	28.02.-03.03.2019
Zielgruppe:	Endverbraucher aus Mitteldeutschland
Beteiligungsmöglichkeit:	- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 14)
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

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

Termin:	29. – 31.03.2019
Zielgruppe:	Radtouristen, -ausflügler, Käufer, Fachpublikum
Beteiligungsmöglichkeiten:	- Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben - Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 15)
Ansprechpartner:	Kathrin Winkler

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

Termin:	27. – 28.04.2019
Zielgruppe:	Radtouristen
Beteiligungsmöglichkeiten:	- Tourenanbieter, Radreiseveranstalter können als Unteranschießer teilnehmen (begrenzte Anzahl) - Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben - Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 15)
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

5. 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:	27. + 28. April 2019
Ort:	Auftaktveranstaltung am Besucherbergwerk F60 in Lichterfeld
Zielgruppe:	Gäste und Einheimische
Beteiligungsmöglichkeit:	- Anbieter können ihre Angebote dem TV LSL bis zum 23.12.2018 zwecks Vermarktung melden - das Erfassungsformular und die Teilnahmebedingungen sind beim TV LSL anzufragen
Ansprechpartner:	Katja Wersch

6. Messe-Prospektservices

a) Prospektservice, den der TV Lausitzer Seenland für die Messesaison 2019 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 TV LSL als Aussteller besucht. Sollte eine geplante Präsentation entfallen müssen, führt dies zu keiner Änderung an der ursprünglichen Vereinbarung zwischen Anbieter und TV LSL. Der TV LSL behält sich vor, beim Erreichen einer zahlenmäßigen Obergrenze an Prospekten von verschiedenen Anbietern, den Prospektservice nicht weiter anzubieten. Es gilt die Reihenfolge der eingehenden Prospekte.

Beteiligungsmöglichkeiten:	touristische Anbieter können <u>einen</u> gedruckten Angebots- bzw. Hausprospekt (<u>nur DIN-lang: B x H 10 x 21 cm, maximal 100 Exemplare</u>) am Stand des TV LSL auslegen lassen (Beratung durch Standpersonal inkl.) Die Prospekte und Gutscheine müssen dem Tourismusverband bis zum 20.01.2019 an die Geschäftsstelle angeliefert werden.
Kosten:	Bereitstellung eines Gutscheins (<u>Mindestleistung laut Gutschein muss vollständiges Angebot umfassen, keine Teilleistung</u>) für Aktionen o. Gewinnspiele des Tourismusverbandes - 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:	Melanie Fliege-Blossey

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: Melanie Fliege-Blossey

7. Verleih von Messestand-Equipment und Liegestühlen

Der Tourismusverband stellt interessierten Anbietern aus dem Lausitzer Seenland sein Messestand-Equipment, wie z.B. Roll-Ups, Banner, Counter und Messewand sowie gebrandete Liegestühle 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: Melanie Fliege-Blossey

VIII. Publikationen

Die Erstellung thematischer Printprodukte ist für den TV LSL ein wichtiger Bestandteil der Vermarktung von touristischen Angeboten der Region. Daneben wird sich der Tourismusverband aber 2019 auch wieder inhaltlich an regionalen/überregionalen Broschüren (z. B. der TMB, der TMGS, pro agro, der MGO) beteiligen. Alle Broschüren, bei denen der TV LSL Herausgeber ist, werden über vielfältige Kanäle deutschlandweit vertrieben (siehe Maßnahmen in diesem Marketingplan) und sind zudem als Download auf www.lausitzerseenland.de abrufbar.

Eigene oder in Kooperation veröffentlichte Broschüren des TV LSL, die bereits erschienen und 2019 noch aktuell sind:

- Lausitzer Seenland Magazin 2018/19
- Faltblatt „Seenland-Route“
- Faltblatt „Niederlausitzer Bergbautour“
- Faltblatt Oder-Neiße-Radweg
- Faltblatt „Energie-Route“
- Broschüre „Barrierefrei reisen“ (neu Dezember 2018)
- Karte Camping- und Wohnmobilstellplätze (neu Januar 2019)
- Faltblatt „Kulinarische Stadtführung Senftenberg“
- Faltblatt „Kulinarische Stadtführung Hoyerswerda“ (neu Dezember 2018)
- Faltblatt „Senftenberg und Senftenberger See für Familien“
- Rätselheft „Junior Stadtentdecker – die Rätseltour durch Senftenberg“ (Schutzgebühr 1,00 €)
- Übersichtskarte Lausitzer Seenland in Englisch
- Übersichtskarte Lausitzer Seenland in Tschechisch

Hinweis: Touristische Anbieter können die Printprodukte zur Auslage in den eigenen Räumen kostenfrei in der Touristinformation in Senftenberg abholen. Dort ist auch die Mitnahme in größerer Stückzahl für Messen möglich. Für die Auslage in Ferienzimmern u.a. stellt der TV LSL gern zusätzlich gestaltete Pressemappen zur ansprechenden Präsentation zur Verfügung.

1. Lausitzer Seenland Magazin 2020/21

Das Lausitzer Seenland Magazin ist das zentrale Begleitmedium für Gäste des Lausitzer Seenlandes. Es enthält Aktuelles und Informatives, Ausflugsziele, thematische redaktionelle Seiten sowie eine Reisegebietskarte.

- Erscheinungstermin: Januar 2020 (2. Auflage),
Akquisebeginn für Ausgabe 2020/21: 05/2019
- Auflage/Format: vsl. 180.000 / DIN A4
- 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, A10 Center in Wildau, TIs im Lausitzer Seenland, www.lausitzerseenland.de
- Beteiligungsmöglichkeiten: touristische Anbieter haben die Möglichkeit sich mit einem redaktionell gestalteten Eintrag mit Text, Foto(s) und Kontaktdaten in den Rubriken Radfahren, Urlaub am Wasser, Landschaft im Wandel, Aktiv, Kultur und Genießen darzustellen
- allgemeine Informationen: Katja Wersch

2. Gastgeberverzeichnis 2020/21

Das Gastgeberverzeichnis präsentiert die Übernachtungsangebote der Region, enthält eine Reisegebietskarte. Als Format wird eine Abmessung geringfügig kleiner als A4 geprüft, um in das Lausitzer Seenland Magazin eingelegt zu werden.

- Erscheinungstermin: Januar 2020, Akquisebeginn für Ausgabe 2020/21: 05/2019
- Auflage/Format: vsl. 30.000 / Format wird noch geprüft
- 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, A10 Center in Wildau, TIs im Lausitzer Seenland, www.lausitzerseenland.de
- Beteiligungsmöglichkeit: Beherbergungsbetriebe haben die Möglichkeit, sich mit einem kostenpflichtigen Eintrag mit Text, Foto(s), Kontaktdaten, Preisen, Ausstattungsmerkmalen, etc. darzustellen
- Allgemeine Informationen: Marcus Heberle

3. Imagekarte „Erlebnis Lausitzer Seenland“ (Arbeitstitel)

Die Imagekarte soll die Gebietskulisse und das Besondere der Region vermitteln. Dazu wird die Übersichtskarte des Lausitzer Seenlands auf der Rückseite mit Texten und Bildern der touristischen Highlights und Leitprodukte ergänzt. Die Karte wird vom TV LSL eigenfinanziert und als Streuprodukt kostenfrei vertrieben und soll der Inspiration und Imagewerbung dienen.

- Erscheinungstermin: Frühjahr 2019
- Auflage/Format: Stückzahl in Abstimmung, Format zusammengelegt A5
- Vertrieb: TIs im Lausitzer Seenland, zur Auslage bei touristischen Anbietern, auf Messen und Promotionsveranstaltungen des TV LSL, www.lausitzerseenland.de
- Ansprechpartner: Katja Wersch

4. Abreißplan Lausitzer Seenland

Zur Weitergabe an Gäste vor Ort und zur konkreten Planung wird eine zweite Karte als Abreißblock aufgelegt. Angedacht ist es, die Karte der Gebietskulisse auf Vorder- und Rückseite zu platzieren. Der Abreißplan wird durch Anzeigen finanziert werden.

Erscheinungstermin:	Frühjahr 2019
Auflage/Format:	Stückzahl in Abstimmung, Format A3
Vertrieb:	in den Informationsstellen in der Lausitz, auf Messen und Präsentationen, Internet, etc.
Beteiligungsmöglichkeiten:	Anzeigen am Randrauf der Karte
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

5. Neuauflage Faltblatt „Seenland-Route“

Die „Seenland-Route“ vermittelt auf 191 km eindrucksvoll den Jahrzehnte dauernden Landschaftswandel des Lausitzer Seenlands in nur fünf Tagesetappen. Die Neuauflage des beliebten Faltblattes wird erneut den Streckenverlauf, Übernachtungsmöglichkeiten sowie Sehenswertes an der Strecke, Hinweise und Empfehlungen enthalten und auf Aktualität angepasst.

Erscheinungstermin:	Frühjahr 2019
Auflage/Format:	in Abstimmung
Beteiligungsmöglichkeit:	kostenpflichtiger Eintrag für Bett- und Bike-Betriebe und Radservicebetriebe entlang der Route sowie Radreiseanbieter möglich
Vertrieb:	in den Informationsstellen in der Lausitz, auf Messen und Präsentationen, Internet, etc.
Ansprechpartner:	Melanie Fliege-Blossey

6. 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 unseren Nachbarländern ein.

Erscheinungstermin:	Januar 2020
Auflage/Format:	in Abstimmung
Beteiligungsmöglichkeit:	kostenpflichtiger Eintrag für Anbieter möglich
Vertrieb:	in den Informationsstellen in der Lausitz, auf Messen und Präsentationen, Internet, etc.
Ansprechpartner:	Marcus Heberle

7. Publikationen der Partner

Publikation der Zweckverbände LSB und LSS

Faltblatt Schiffbarkeit

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 einem Faltblatt auf Regeln und Besonderheiten hingewiesen. Neben der Beschreibung der Sichtzeichen und Auszügen aus den Landesschiffahrtsverordnungen wird es Informationen u.a. zu Senftenberger See, Geierswalder See und Partwitzer See beinhalten.

Erscheinungstermin:	in Abstimmung
Auflage/Format:	in Abstimmung
Vertrieb:	in den Hafenmeisterbüros und TIs des Lausitzer Seenlandes und weiterer Partner, auf Webseiten zum Herunterladen
Ansprechpartner:	ZV LSB und ZV LSS

IX. 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, Presse- und Bloggerreisen, 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. 1. Bloggercamp im Lausitzer Seenland

Der TV LSL plant ein erstes Bloggercamp im Lausitzer Seenland. Dabei werden gezielt Blogger mit eigener Webpräsenz und/oder mit einem eigenen Social-Media-Kanal auf Instagram und YouTube eingeladen, gemeinsam aktiv das Lausitzer Seenland zu erleben und darüber zu berichten. Ausgangspunkt ist ein gemeinsames Camp, in dem sich am Abend zusammen über das Erlebte ausgetauscht, das jeweils dabei entstandene Foto- und Textmaterial verglichen wird.

Termin:	voraussichtlich 17. - 19.05.2019
Zielgruppe:	Blogger, Instagrammer, YouTuber, die vorrangig über die Themen Reisen, Wassersport und Radfahren berichten
Beteiligungsmöglichkeiten:	Unterbreitung von Themenvorschlägen, inhaltliche und finanzielle Unterstützung von Führungen, Bereitstellung von Übernachtungen, Verpflegung, Programmaktivitäten, Vermittlung von Interviewpartnern, Bereitstellung von Informationsmaterial
Ansprechpartner:	Denise Haynert

3. 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

4. Pressedienst überregional

Der TV LSL beauftragt 2019 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

5. 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
------------------	--------------

6. Online-Presseauftritt

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

X. Internet

Sich im Internet zum Thema Urlaubsreise zu informieren ist mittlerweile Standard: Für 63 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung und 89 Prozent der Internetnutzer, die gerne verreisen, ist dies bereits Standard. Auch die Nutzung des mobilen Internets wird immer wichtiger für die Reisebranche: Von den 40,5 Mio. Reisenden mit mobilem Internetzugang informieren sich 47 Prozent vor der Reise über das mobile Internet, unterwegs sind es 36 Prozent.

Der Wandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen ist seit Jahren zu beobachten. Der Anteil der Onlinebuchungen nimmt kontinuierlich zu von 17 Prozent aller gebuchten Urlaubsreisen im Jahr 2007 auf 38 Prozent im Jahr 2017. Von den Reisenden mit mobilem Internetzugang buchen 15 Prozent vor der Reise mobil, 8 Prozent unterwegs. (Quelle: FUR Reiseanalyse 2018)

Das offizielle Tourismusportal für das Lausitzer Seenland www.lausitzerseenland.de wurde im Sommer 2018 relaunched und präsentiert sich seither in einem modernisierten Look, der die aktuellen Anforderungen an Responsivität und Barrierefreiheit erfüllt. Auf Smartphone, Tablet und Laptop kann der Besucher nun in gleicher, gewohnt hoher Qualität den Wandel des Lausitzer Seenlandes hin zu einer neuen Tourismusdestination auf der Website miterleben. Zahlreiche, großformatige Bilder präsentieren die Region aufregend und emotional und wecken die Reiselust; relevante, detaillierte Informationen zu den Seen, Radwegen und touristischen Anbietern helfen bei der Reiseplanung. In den zahlreichen Serviceangeboten und Tipps zur Reise- und Freizeitgestaltung stechen nun die touristischen Hauptthemen im Lausitzer Seenland Radfahren, Wassererlebnis und Landschaft im Wandel heraus und werden adäquat präsentiert. Zudem besteht die Möglichkeit der Online-Buchung von Unterkünften und Reiseangeboten. Ein Veranstaltungskalender und aktuelle Meldungen ergänzen den Auftritt.

Eine interaktive Karte und ein Online-Shop werden im Frühjahr 2019 das Serviceangebot ergänzen. Sprachversionen in tschechischer und englischer Sprache werden 2019 ausgebaut (Priorität tschechisch).

1. Entwicklung der Nutzerzahlen

Vor dem Relaunch der Webseite besuchten von Juli 2017 bis Juni 2018 monatlich durchschnittlich 15.300 Nutzer die Internetseite. Die Nutzerzahlen unterliegen saisonalen Schwankungen, v. a. in Abhängigkeit von den Hauptreisezeiten, d.h. die Zugriffe sind in den Sommermonaten (bis zu 37.000 Nutzer) deutlich stärker als im Winter (min. 7.500 Nutzer). Je Nutzer werden im Durchschnitt drei Seiten besucht. Daraus ergeben sich ca. 46.000 Seitenaufrufe im Monat. Insgesamt fanden im Zeitraum 262.000 Sitzungen statt, davon 92% von Nutzern aus Deutschland und 4% von Nutzer aus Tschechien. Für den Besuch der Seite wurden knapp mehr Mobilgeräte (44%) als Desktopgeräte (43%) genutzt, am wenigsten fand der Besuch per Tablet (13%) statt.

Die Zugriffszahlen nach dem Relaunch werden im III. Quartal 2019 analysiert.

2. Beteiligungsmöglichkeiten / Maßnahmen 2019

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) Onsite-Befragung

Mittels Onsite-Befragung möchte der TV LSL die Besucher der Website zur Usability (Gebrauchstauglichkeit) der im Juli 2018 relauncheden Regionswebsite befragen und Informationen in Bezug auf Service, Funktionen, Benutzerfreundlichkeit und Inhalte der Website und zu Interessen und Nutzerzufriedenheit erhalten. Der Nutzer wird über ein Popup oder Layer zur Teilnahme eingeladen. Die Durchführung ist im II. und III. Quartal 2019 geplant.

b) 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. Für die Zusammenarbeit wurde eine Vereinbarung mit der TMB abgeschlossen. Sowohl die POIs im brandenburgischen als auch sächsischen Teil des Lausitzer Seenlandes werden auf der TMB-Website www.reiseland-brandenburg.de als auch auf digitalen Touchpoints (siehe f) ausgespielt. Zusätzlich werden die Anbietereinträge (siehe c) auf der Regionswebseite aus dem DAMAS gespeist. Die Datenpflege der POIs erfolgt durch die Geschäftsstelle des TV LSL sowie durch die anerkannten Touristinformationen im Lausitzer Seenland nach festgelegten einheitlichen Qualitätskriterien.

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

Ansprechpartner: Denise Haynert

c) Anbietereintrag mit Verlinkung auf www.lausitzerseenland.de

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

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

Kosten: ab 40,00 Euro netto pro Jahr, richtet sich nach der Mitgliedschaft im TV LSL

Ansprechpartner: Denise Haynert

d) 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, Forst (Lausitz) und Guben. 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: Denise Haynert

e) 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-Veranstaltungsdatenbank gibt es drei Möglichkeiten:

- Eingabe der Veranstaltungstermine durch die Touristinformationen Senftenberg, Hoyerswerda, Spremberg, Forst (Lausitz) und Guben, 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, Antje Tischer, Tel. 0331-2987371, antje.tischer@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: Denise Haynert

f) Software-Projekt „Mein Brandenburg“: Digitalisierung analoger Gästekontaktpunkte

Im Rahmen des Projektes des Clustermanagements Tourismus bei der TMB wurde die Software „Mein Brandenburg“ entwickelt. Die neue Software soll die Informationen aus den zentralen Datenbanken der TMB für POIs, Veranstaltungen und buchbaren Angeboten auf allen digitalen Endgeräten in Touristinformationen, in Hotels und Gaststätten, in Kultur- und Freizeiteinrichtungen oder auch in Destinationsmanagementorganisationen verfügbar machen. Infoscreens, Bildschirme, Beratungs-Tablets, digitale Gästemappen und vieles mehr sollen rund um die Uhr nutzbar touristische Angebote in der Region noch besser veranschaulichen und nach Nutzerinteressen (Wetter, Zielgruppe, Zeitpunkt) empfehlen. Die Inhalte der digitalen Touchpoints werden aus dem zentralen touristischen Datenbankmanagementsystem Brandenburgs (DAMAS) gespeist. Die Darstellung der Software erfolgt für alle Lizenzen unter dem Logo des Lausitzer Seenlandes.

Beteiligungsmöglichkeiten: Lösung für Webseiten: Für alle touristischen Anbieter, die auf ihrer Webseite aktuelle Veranstaltungen und Freizeitaktivitäten der Umgebung darstellen möchten.
Lösung für WLAN-Landingpages: Für touristische Anbieter, die (freies) WLAN anbieten und ihre Gäste auf der WLAN Landingpage bereits mit touristischen Informationen und Angeboten ihrer Region rund um den Hotspot-Standort versorgen möchten.
Lösung mit Hardware: Für touristische Anbieter, die ihre Gäste an eigenen Endgeräten mit touristischen Informationen und Angeboten ihrer Region versorgen möchten. Dazu können Tourist-Informationen, Hotels, Museen, Thermen, Rathäuser, Kulturhäuser etc. zählen.

Kosten: kostenfrei bis voraussichtl. 2020

Ansprechpartner: allgemeine Informationen - Katja Wersch

Lizenzvergabe - Clustermanagement Tourismus c/o TMB, Julia Thoms, Tel. 0331-298 73-577, julia.thoms@reiseland-brandenburg.de

g) 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. Die Auswahl behält sich der TV LSL vor.

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

Termin: Veröffentlichung

Kosten: kostenfrei

Ansprechpartner: Denise Haynert

h) 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. 1.200 angemeldete E-Mail-Adressen

Ansprechpartner: Katja Wersch

i) 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 Reiseterrain 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, Spremberg, Forst (Lausitz) und Guben 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 ist 2019 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: Provision: wird pro getätigter Buchung auf den Gesamtnettoumsatz einschließlich Nebenkosten erhoben.

- 10 % für Mitglieder
- 13 % für Nicht-Mitglieder
- Mehrprovision bei Buchung über externes Buchungsportal, refinanzierbar über Preiszuschlag

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-Buchungssystems erhoben.

Ansprechpartner: Diana Lesche, Birgitt Jacob, Touristinformation Senftenberg
Laura Schmidt, Ulrike Haselbauer, Touristinformation Hoyerswerda
Marco Wentworth, Touristinformation Spremberg
Diana Priel, Touristinformation Forst (Lausitz)
Doreen Budarick, Touristinformation Guben
Allgemeine Informationen: Katja Wersch, Denise Haynert

j) 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, Bilder sowie eine Beschreibung der Unterkunft und der Wohneinheiten sowie die Angabe eines ab-Preises, Ausstattungsmerkmale, Lageinformationen. 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, Denise Haynert

k) Online-Shop

Im Online-Shop werden ab Frühjahr 2019 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 vertrieben, Kosten auf Nachfrage

Ansprechpartner: Diana Lesche, Touristinformation Senftenberg

l) Social-Media-Kanäle

Der Bereich Social Media nimmt einen nicht zu unterschätzenden Anteil im touristischen Marketing ein. Gästegruppen verschiedenen Alters informieren sich hier und tauschen sich untereinander aus. Der TV LSL ist auf folgenden Social-Media-Kanälen aktiv:

Facebook: www.facebook.com/lausitzerseenland.de

Instagram: @lausitzerseenland

2019 soll die Aktivität in beiden Kanälen und ihr jeweiliges Profil ausgebaut werden. Der Tourismusverband will selbst multimedialen Content erstellen, der angepasst auf den jeweiligen Kanälen ausgespielt wird. Zusätzlich werden relevante Beiträge von touristischen Partnern und Besuchern geteilt bzw. weiterverwendet, um die Community, den sozialen Aspekt der Medien, zur Mitarbeit und Unterstützung anzuregen. Ziel ist der Auftritt der Region in den sozialen Medien unter einem Hashtag #lausitzerseenland, der nicht nur in eigenen Beiträgen, sondern auch in denen der touristischen Partner, Bewohner und Gäste verwendet wird.

Die Erstellung eines Redaktionsplans zur Organisation von Online-Marketing-Kampagnen und Analyse der Nutzerstatistiken stellt die Basis der Arbeit in den Social Media Kanälen dar.

Beteiligungsmöglichkeit: touristische Anbieter können auf allen Kanälen relevante Infos, News, Veranstaltungen, Geschichten, Fotos und Videos an den TV LSL zuarbeiten.

Ansprechpartner: Denise Haynert

XI. 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 und TMB.

1. Tschechischer Markt

a) TMB-Marktbearbeitung in Tschechien

Die TMB wird in 2019 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 2019)

Zielgruppe: Veranstalter, Reisebüros, Verlage, Presse, Endkundenaus Tschechien

Maßnahmen:

- Messebeteiligung „For Bikes“ in Prag
- Bucon in Prag: Prospektservice
- Influencer-Reise + Cover Story: Integration in Routing Bloggerreise
- DZT-Kampagne „Aktiv unterwegs“: Integration in Advertorial im Magazin Vikend Dnes und Integration und Content auf novinky.cz-Postings auf tschechischer Facebook-Seite der TMB
facebook.com/ObjevteBraniborsko
- turistika.cz, hedvabnastezka.cz und invia.cz: Content in allen 3 Online-Portalen
- DZT-Presseveranstaltung und B2B Event: persönliche Teilnahme
- ggf. Einzelreisen für Presse und Blogger
- Kooperationsmaßnahmen mit Novasol Tschechien und mit CK Trip

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

b) Kontakt zu Übersetzern

Der TVLSL stellt Anbietern die Kontakte von Übersetzern, z.B. für Speisekarten, in tschechischer Sprache zur Verfügung.

Ansprechpartner: Katja Wersch

c) Printprodukt Tschechien

Siehe VIII Publikation 6, Seite 18

d) Regionswebseite - tschechische Sprachversion

Nach dem Relaunch des Tourismusportals www.lausitzerseenland.de, wird im Frühjahr 2019 auch wieder eine tschechische Sprachversion der Webseite erstellt, deren Navigation im Wesentlichen der deutschen Variante entspricht, in der Tiefe in einzelnen Kategorien jedoch abweichen kann (z.B. Thematische Tagestouren).

Der Tourismusverband empfiehlt, auf der eigenen Anbieter-Homepage einen Hinweis mit Link auf die tschechische Seite auf www.lausitzerseenland.de zu setzen, um den tschechischen Gast möglichst umfangreich informieren zu können.

Beteiligungsmöglichkeit: Anbietereinträge und Reiseangebote für tschechische Gäste; besondere Angebote für tschechische Gäste (wie tschechischsprachige Betreuung, Führungen, etc.) können in bestehenden Anbietereinträgen ergänzt werden

Ansprechpartner: Denise Haynert

2. Polnischer Markt

a) Marktanalyse Polen

Eine Marktanalyse zum polnischen Markt wird derzeit vom Landkreis Spree-Neiße durchgeführt. Auf Grundlage der zu erbringenden Marktanalyse wird durch den TV LSL die Marktbearbeitung Polen geprüft.

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

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

Projekte des TV LSL

XIII. Winter im Lausitzer Seenland

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 2019 liegt dabei in der Entwicklung und Platzierung von Angeboten für die Wintersaison.

Bereits seit 2017 beteiligt der TV LSL sich an der Winterkampagne der TMB. Auf der Regionswebseite werden die dafür ausgewählten Angebote angepasst ausgespielt. Das Portfolio der Angebote ist aber noch ausbaufähig. Um mehr Effekte zu erreichen, will der TV LSL in Workshops in Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern passende Produkte und Pauschalen für einen Besuch des Lausitzer Seenlands im Winter entwickeln.

Ansprechpartner: Marcus Heberle

XIV. 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 2019 vorgesehen:

- Workshops zur 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
- Signet wurde entwickelt, das gut sichtbar an Außenfassade der erhobenen Betriebe die Zertifizierung der Anbieter kennzeichnet
- Bündelung in der Darstellung der erhobenen Anbieter in einer zusätzlich eingeführten Rubrik auf der Regionswebseite

Beteiligungsmöglichkeiten: nach erfolgreicher Erhebung, kostenpflichtiger Anbiereintrag in der jeweils für den Anbieter passenden Rubrik auf www.lausitzerseenland.de, zusätzlich Darstellung im Bereich „Familienfreundlicher Urlaub

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

Erhebungen: Melanie Fliege-Blossey

XV. Projekt ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur / Touristisches 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.

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.

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.

Folgende Maßnahmen sind 2019 u.a. vorgesehen:

- Weiterentwicklung Website
- Schulungsangebote „Produktentwicklung“
- Vorbereitung Kulturland Brandenburg 2021 zum Thema Industriekultur

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

XVI. Projekt „KlimaCent“

Das Lausitzer Seenland ist Modellregion im nationalen Klimaschutzprojekt „KlimaCent“. Dieses nimmt das System der Klimakompensation unter die Lupe. Ziel des Forschungsvorhabens ist es ein innovatives Finanzierungs- und Steuerungsmodell zu entwickeln, durch das nationale Klimaschutzaktivitäten in der Tourismusbranche realisiert werden sollen: In den inländischen Tourismusregionen sollen Klimabeiträge generiert werden, die wiederum genutzt werden, um in ebendiesen Regionen Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Ein interdisziplinäres Team, bestehend aus Fraunhofer UMSICHT, Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg, myclimate Deutschland gGmbH, TV LSL und der Gemeinde und Kurverwaltung Juist (ebenfalls Modellregion), erarbeitet aktuell innerhalb einer dreijährigen Laufzeit das Modell.

2019 sollen in Workshops mit Beteiligten der Region und touristischen Anbietern gemeinsam innovative und nachhaltige Projekte gesucht werden. Das können beispielsweise E-Busse sein, die die touristischen Attraktionen vor Ort verbinden und für eine gesunde und sanftere Mobilität im Lausitzer Seenland sorgen. Weitere Beispiele sind energetische Sanierungsmaßnahmen an

Hotels, Restaurants und öffentlichen Gebäuden oder die Errichtung von photovoltaischen Anlagen. Ziel ist die Entwicklung eines Finanzierungsmodells bis Ende des Jahres.

Weitere Informationen zum Projekt „KlimaCent“ gibt es auf der Projektwebsite unter www.klimacent.de.

Projektlaufzeit 2017 - 2019
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

XVII. 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 TV LSL bietet gemeinsam mit der Tourismusakademie Brandenburg (TAB) touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit, ihre barrierefreien Angebote detailgetreu zu erheben.

Inhalte: Eintrag in folgenden Medien:

- 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 TV LSL, z.B. im Lausitzer Seenland Magazin 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 „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“

Seit September 2012 ist der TV LSL Mitglied in der bundesweiten Arbeitsgemeinschaft (AG) „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele 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 2019: eigener Stand (DZT-Beteiligung), ITB-Forum
- weitere Messebeteiligungen werden derzeit geprüft

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

b) Internet

www.barrierefreie-reiseziele.de

Die Internetseite der AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele 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

Kooperationspartner des TV LSL

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 „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“

Brandenburgische Technische Universität Cottbus - Senftenberg

CAPRON GmbH

DB Regio AG

Deutsche Bahn AG

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V. (DEHOGA)

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e.V. (DEHOGA)

Hochschule Zittau/Görlitz

Industrie- und Handelskammer Cottbus

Industrie- und Handelskammer Dresden

Klinikum Niederlausitz GmbH

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 GmbH

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.