

Jahresbericht 2010

Tourismusverband Prignitz e.V.



Großer Markt 4 ■ 19348 Perleberg ■ Tel 03876/ 30 74 19 20 ■ Fax -29 ■ info@dieprignitz.de

Inhaltsverzeichnis zum Jahresbericht 2010 des Tourismusverbandes Prignitz e.V.

	Seite
1. Vereinsarbeit	3
2. Statistik	12
3. Marketing	14
4. Finanzierung	20
5. Ergebnisse und Aufgabenstellung	20

1. Vereinsarbeit

Die Organe des Tourismusverbands Prignitz e. V. sind die **Mitgliederversammlung**, der **Vorstand** und der **Beirat**.

Die jährliche **Mitgliederversammlung** fand am **6. 12. 2010** im Anschluss an das 6. Prignitzer Tourismusforum statt.

Der auf dieser Versammlung gewählte **Vorstand** besteht aus 7 Mitgliedern und setzt sich wie folgt zusammen:

Vorsitzender	Herr Dr. Oliver Hermann	(Stadt Wittenberge)
Stellvertreter	Herr Ingo Sonnenberg	(Tourismusverein Pritzwalk und Umgebung e.V.)
Stellvertreter	Herr Bodo Rückschlag	(DEHOGA)
Kassenwart	Herr Ingo Schlender	(Volks- und Raiffeisenbank Perleberg eG)
Vertreter Landkreis PR	Frau Edelgard Schimko	(Landkreis Prignitz)
Vertreter Landkreis OPR	Frau Jana Kolterjahn	(Landkreis Ostprignitz-Ruppin)
Beisitzer	Herr Hans Rothbauer	(Stadt Perleberg)

Frau Bärbel Mann ist die Ehrenvorsitzende des Vereins.

Im Verlaufe des Geschäftsjahres nutzten die Vorstandsmitglieder bei ihren öffentlichen Auftritten die Gelegenheit, auf die Belange des Tourismus in der Prignitz hinzuweisen. Im Geschäftsjahr 2010 fanden 4 Vorstandssitzungen und eine 2-tägige Klausurtagung statt.

Im Jahr 2010 lag ein **Hauptschwerpunkt der Vereinsarbeit** in der Weiterentwicklung des 2007 beschlossenen Marketingkonzeptes bis 2015, basierend auf den Ergebnissen des Marketing-Management-Prozess im LEADER+-Projekt 2004/2005 und den Entwicklungen der Folgejahre. Hauptthema war neben den überregionalen Radtouren, insbesondere des Elbe-Müritz-Rundwegs und der mit 3 Sternen ADFC zertifizierten Bischofstour, die Entwicklung eines regionalen Radwegenetzes mit hoher Qualität und hohem Erlebniswert. Für alle definierten touristischen Schwerpunktthemen Rad – Kultur – Natur – Gesundheit wurden konkrete Maßnahmen entwickelt und Partner für das Marketing gewonnen.

Der **Beirat** als Bindeglied zwischen Vorstand und Mitgliederversammlung ist satzungsgemäß mit Vertretern aus den Verwaltungen der Gemeinden bzw. Ämter besetzt. Der Beirat wurde einmal im Geschäftsjahr 2010, am 3. November, einberufen. Über die themenbezogenen Arbeitskreise des Verbandes wurde die Kommunikation mit den Akteuren und Leistungsträgern der verschiedenen Touren vertieft und konkretisiert.

Die **Geschäftsstelle** des Vereines sammelt alle Informationen aus dem Vorstand, den Arbeitskreisen und anderen Gremien und sorgt für eine zielgerichtete Kommunikation im Reisegebiet, die Umsetzung der Konzeptionen des Vorstandes und die Moderation der Tourismus-Entwicklung in der Prignitz. Die Geschäftsstelle ist Anlaufstelle für alle Mitglieder und Prignitzer Leistungsträger, für Journalisten, Reiseveranstalter, Institutionen und auch für Gäste der Region.

Die zum 31.12.2009 frei gewordene Stelle wurde ausgeschrieben und ab dem 1.3.2010 neu besetzt. Damit sind wieder 3 fest angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

Zusätzlich wurde projektbezogen 1 Mitarbeiterin befristet für den Aufbau des Informations- und Reservierungssystems eingestellt.

Weiterhin arbeiteten befristet 3 Mitarbeiterinnen in den Kommunal-Kombi-Projekten Netzwerk für Vereine und in der Koordination des Elbe-Müritz-Rundwegs.

Mehrere Praktikanten bearbeiteten spezielle Aufgaben.

Folgende Arbeitskreise des Verbandes waren **2010** aktiv:

Marketingbeirat

Der **Marketingbeirat** tagte 2010 gemeinsam mit dem Beirat, um die wesentlichen Marketingmaßnahmen abzustimmen. Es wurde das fortgeschriebene Marketingkonzept 2011 diskutiert und bestätigt sowie das Projekt Regionale Radrundwege vorgestellt. Die Arbeit wurde im Verlaufe des Jahres durch einen regelmäßigen Austausch per E-Mail und persönlichen Kontakten effektiv gestaltet. Schwerpunkt der Arbeit des Marketingbeirats war auch 2010 die Kooperation bei der Teilnahme an Messen sowie die Entwicklung der regionalen Radtouren und die Teilnahme an landesweiten Projekten. Die Entwicklung von themenspezifischen und zielgruppen-genauen Pauschalen für die Vermarktung wurde angeregt, insbesondere für das Internet-Marketing und begleitende Anzeigen zu Messeauftritten.

Arbeitskreis Touristinformationen

Die Zusammenarbeit der Prignitzer Informationsstellen hat sich kontinuierlich entwickelt. Neben dem Austausch von Informationen per E-Mail gab es persönliche Kontakte mit den Mitarbeitern in den Touristinformationen. Ein Treffen der Touristinformationen fand nicht separat statt, die Mitarbeiter nahmen aber an verschiedenen thematischen Veranstaltungen des Verbandes teil.

Die Touristinformationen in Wittstock und Wittenberge errangen die DTV-i-Marke.

Thema Radtouren

Elberadweg

Es wurden regelmäßig Informationen zu aktuellen Baustellen, z.B. der Pontonbrücke, und Problemen der Infrastruktur mit den Touristinformationen und Verwaltungen Lenzen, Wittenberge und Bad Wilsnack/ Weisen ausgetauscht und im Rahmen der Kooperation mit der Koordinierungsstelle Elberadweg in Magdeburg weitergeleitet sowie im Internet veröffentlicht.

Als Hauptaktivität zum Marketingpool Elberadweg wurde für das Handbuch 2011 akquiriert. Am 4.3. fand ein Treffen der Mitglieder des Marketingpools Elberadweg in Wittenberge statt, auf dem Erfahrungen ausgetauscht wurden und durch Herrn Peters von der Koordinierungsstelle Aussagen zur Statistik getroffen wurden.

Es wurden Newsletter mit aktuellen Informationen per Mail an die Mitglieder des Marketingpools und des Arbeitskreises versandt.

Gänsetour

Der Arbeitskreis Gänsetour traf sich 2010 nicht. Lediglich im Internet wurden durch die Geschäftsstelle nach Meldung von Teilnehmern des Arbeitskreises Korrekturen in der Darstellung der Tour vorgenommen. Ansätze zu einer neuen thematischen Ausrichtung der Tour wurden im Vorstand und mit einzelnen Teilnehmern des Arbeitskreises diskutiert sowie eine Arbeitskreissitzung für Anfang 2011 vorbereitet.

Bischofstour:

Der Arbeitskreis tagte am 17.2. in Havelberg und am 11.5. in Alt Daber. Die Entwicklung einer kulinarischen Bischofstour und die Erfassung von Sehenswürdigkeiten an der Tour wurden weitergeführt. Außerdem war die Nachzertifizierung der Tour 2012 und die weitere Entwicklung zur 4-Sterne-Tour Thema im Arbeitskreis.

Vom 25.-27.4. fand eine **Pressereise** zur Tour statt, die vom Arbeitskreis vorbereitet wurde. Am 15.11. fand in Wittstock der 1. Workshop zur Kulinarischen Bischofstour mit Gastronomie-Anbietern im Museum „Alte Bischofsburg“ in Wittstock statt.

Anradeln

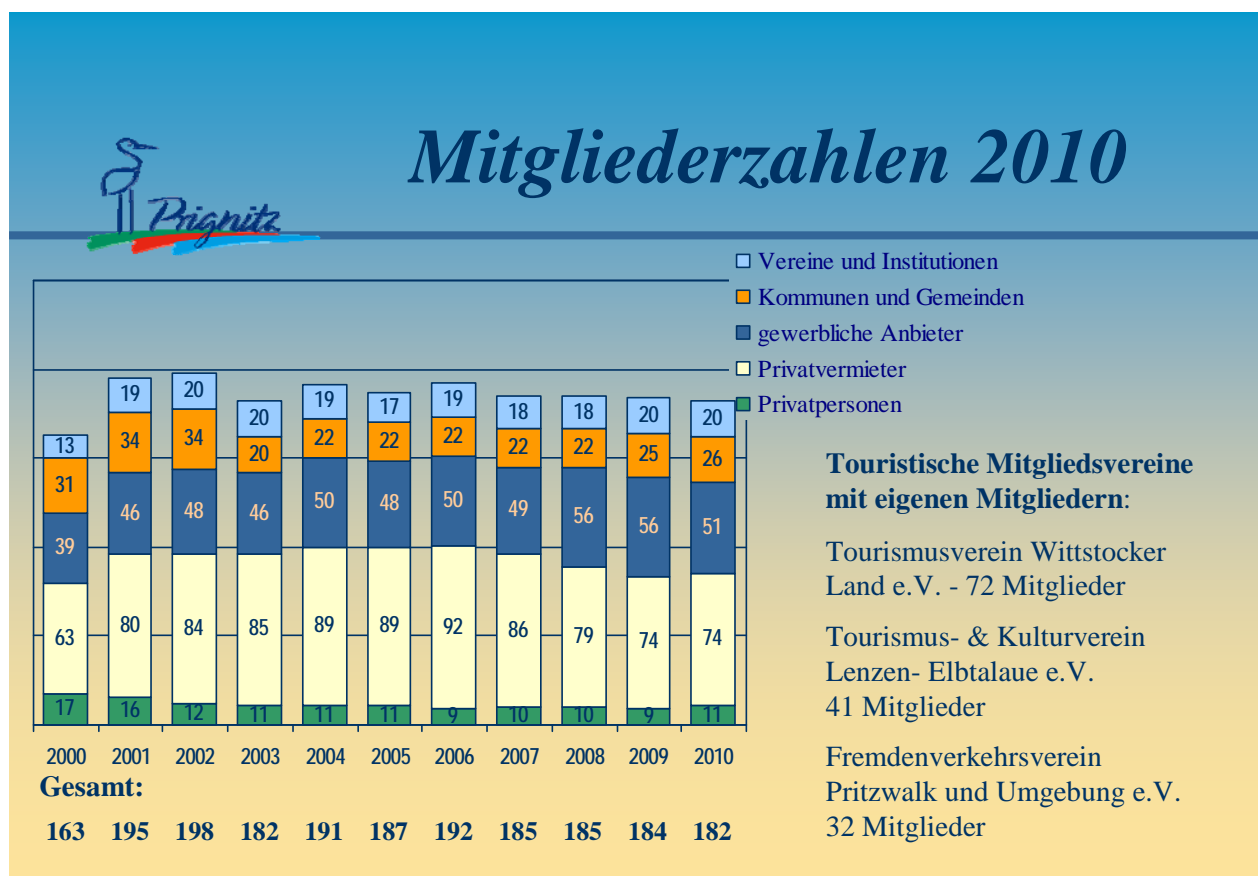
Dem Arbeitskreis oblag die Vorbereitung und Organisation der Sternfahrt nach Kyritz im Rahmen der landesweiten Aktion „Brandenburg radelt an“ im April 2010. Wie in den Vorjahren wurden Flyer und Plakate sowie die Öffentlichkeitsarbeit durch den Verband realisiert. Frühzeitig wurde für das Folgejahr eine Kooperation mit dem Wochenspiegel für die Tour 2011 nach Pritzwalk eingegangen.

Thema Essen und Trinken

Auf der Grünen Woche im Januar 2010 stellten sich zum 3. Mal 10 Prignitzer Gastronomen jeweils gemeinsam mit einem regionalen Erzeuger auf der Messe unter dem Berliner Funkturm vor. Für den Auftritt 2011 wurden wiederum 10 Partner gewonnen und erste Vorbereitungen zur Organisation durchgeführt.

Im DEHOGA-Projekt „Transnationaler Wissensaustausch“ ist der Verband Kooperationspartner und begleitet und unterstützt dieses Projekt aktiv. Erste Ergebnisse wie die „Prignitzer Wildwochen“ und die Weiterentwicklung der kulinarischen Bischofstour konnten in das Projekt einbezogen werden.

Entwicklung der Mitgliederzahlen und der Mitgliederstruktur



Der Tourismusverband hatte Ende 2010 eine aktuelle Mitgliederzahl von 182.

Die Gemeinden der Kleeblattregion Wusterhausen, Neustadt/Dosse und Kyritz im Landkreis Ostprignitz-Ruppin sowie der Tourismusverein Kyritz, Wusterhausen, Neustadt (Dosse) e.V. sind seit 2009 Mitglied.

Seit 2010 ist die Gemeinde Groß Pankow Mitglied des Verbandes.

Die Mitgliedsvereine in Lenzen, Pritzwalk und Wittstock vertreten ihre Vereinsmitglieder im Verband. Die Übernachtungsanbieter der Stadt Wittenberge werden vom Kultur-, Sport und Tourismusbetrieb der Stadt Wittenberge betreut, mit dem der Verband kooperiert.

1.1. Binnenmarketing und Kooperationen

Zur eindrucksvollen Festveranstaltung anlässlich des 20jährigen Jubiläums des Tourismusverbandes Prignitz e.V. am 23.8.2010 auf der Plattenburg konnte der Verband über 200 Gäste aus der Reiseregion, dem Land Brandenburg und den angrenzenden Bundesländern begrüßen.

Der Tourismusverband Prignitz e.V. lud alle Akteure aus den Bereichen Tourismus, Verwaltung und Politik zum 6. Prignitzer Tourismusforum am 6.12.2010 ein. Das Forum beschäftigte sich mit der Frage „**Regionale Profilierung im Bereich Naturtourismus – am Beispiel der Region Lenzen**“.

Am Wittstocker Tourismustag, der traditionell im Herbst stattfindet, nahmen Vertreter des Verbandes teil und nutzten zahlreiche Gespräche zum Informationsaustausch. An diesem Tag wurde der Touristinfo Wittstock die DTV-i-Marke übergeben.

Klassifizierung

Seit 2003 werden Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer nach DTV-Standard durch den Verband klassifiziert. Der Tourismusverband Prignitz e.V. hat eine DTV-Lizenz erworben und organisiert gemeinsam mit Partnern vor Ort und dem vom DTV anerkannten Klassifizierer Herrn Bodo Rückschlag die Klassifizierung im Reisegebiet Prignitz.

Im Geschäftsjahr 2010 waren 35 Vermieter von Privatzimmern und Ferienwohnungen/-häusern klassifiziert. Davon wurden 4 Objekte neu- und 5 Objekte nachklassifiziert.

Der Hotel- und Gaststättenverband nimmt die Einstufungen in den gewerblichen Betrieben vor. Es sind 21 Hotels und Gasthöfe in der Prignitz klassifiziert.

Ebenfalls klassifiziert sind die Campingplätze in Berlinchen, Lenzen und Havelberg.

Es ist das erklärte Ziel, weitere Betriebe zu klassifizieren und dazu anzuregen, auch das Gütesiegel für die Servicequalität zu erwerben. Das gilt für den privaten und gewerblichen Beherbergungsbereich.

Qualitätsoffensive

Auf Beschluss des Vorstandes begann im Mai 2008 eine Qualitätsoffensive in Kooperation mit dem Regionalcenter der IHK in Pritzwalk.

Am 3.3.2010 wurde ein halbtägiges Seminar zur Pressearbeit für Leistungsträger angeboten, an dem Vertreter von 8 touristischen Anbietern teilnahmen.

Das Qualitätsgütesiegel für die Servicequalität erwarben bis 31.12.2010 6 Prignitzer Betriebe. Die Geschäftsstelle des Tourismusverbandes erhielt das Gütesiegel am 10.3.2010 auf der Internationalen Tourismusbörse Berlin.



Die Touristinformationen Wittstock und Wittenberge errangen die DTV-i-Marke.

Weitere Kooperationspartner

Der Tourismusverband nimmt regelmäßig an den Wirtestammtischen des Hotel- und Gaststättenverbandes in der gesamten Reiseregion teil.

Der intensive Kontakt zur Wittenberger Geschäftsstelle des Brandenburgischen Hotel- und Gaststättenverbandes ist ein wichtiger Bestandteil in der Zusammenarbeit mit der Hotellerie und Gastronomie und ist über unser Vorstandsmitglied Herrn Rückschlag gegeben.

Mit dem Prignitz-Sommer wurde, wie in den vergangenen Jahren auch, eine enge Zusammenarbeit gepflegt. Die vielfältigen kulturellen Angebote der Prignitz spielen bei den

Marketingaktivitäten für die Region eine wichtige Rolle. Der Internet-Kalender des Prignitz-Sommers ist in den Internetauftritt des Tourismusverbands integriert, die Pflege obliegt allein dem Prignitz-Sommer.

Darüber hinaus werden die überregional bedeutsamen Veranstaltungen auf den Internetseiten der TMB durch Mitarbeiter des Prignitz-Sommers gepflegt.

Mit dem Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe Brandenburg kooperierte der Verband zu verschiedenen Themen. Der Verband ist durch den Geschäftsführer Uwe Neumann im Vorstand des Kuratoriums des Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe-Brandenburg vertreten. Ein regelmäßiger Informationsaustausch mit der Verwaltung des Biosphärenreservates erfolgte bei Themen wie der Barrierefreiheit, Überlegungen zur Vermarktung besonders umweltfreundlicher Betriebe, der Aktion „Offene Gärten“ und bei der Vorbereitung der Landes-Kampagne „Naturtourismus“, in der Angebote speziell für Naturtouristen marktfähig gemacht und die 2011 als Kampagnenthema im Landesmarketing eingesetzt wurden.

Die Zusammenarbeit mit den Mitgliedsvereinen auf Ortsebene wurde regelmäßig gepflegt und eine intensive Kooperation angestrebt. Touristische Mitgliedsvereine waren der Tourismusverein Wittstocker Land, der Fremdenverkehrsverein Pritzwalk und Umgebung, der Tourismus- und Kulturverein Lenzen – Elbtalau e.V. und der Tourismusverein Kyritz, Wusterhausen, Neustadt (Dosse) e.V.

Die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein Wittstocker Land hat sich kontinuierlich weiterentwickelt. Für das Urlaubsjournal wurde wiederum gemeinsam akquiriert. So konnte aus dem Urlaubsjournal der Prignitz ein Auszug für den Wittstocker Bereich als eigenständiges Gastgeberverzeichnis gedruckt werden.

Der Kultur- Sport- und Tourismusbetrieb der Stadt Wittenberge akquirierte für das Urlaubsjournal und den Touristenführer und übergab die Daten an den Verband. Der Internetauftritt von Wittenberge, Bad Wilsnack und Perleberg greift auf das Gastgeberverzeichnis auf www.dieprignitz.de zu.

Die Geschäftsstelle des Verbandes pflegte regelmäßige Kontakte zur Kleeblattregion Wusterhausen, Neustadt/Dosse und Kyritz im Landkreis Ostprignitz-Ruppin. Insbesondere die Organisation des „Anradelns“ und die regionalen Radrouten waren Themen.

Der Verband setzte sich für die touristischen Belange im Rahmen der Diskussion um die Wachstumskerne ein und arbeitet im Arbeitskreis Kultur, Sport und Tourismus des Wachstumskerns mit.

Der Tourismusverband Prignitz e.V. brachte sich aktiv in die Erarbeitung der Gebietsbezogenen lokalen Entwicklungsstrategie (GLES) für die aktuelle Förderperiode ein und ist Mitglied im Beirat der lokalen Aktionsgruppe (LAG). Im Arbeitskreis Regionalbudget Prignitz bringt der Verband touristische Belange ein.

Lokale Initiativen und Projekte im Reisegebiet wurden von der Geschäftsstelle begleitet. Die Begleitung des Projektes der Zentralen Archäologischen Orte (ZAO) war ebenfalls Gegenstand mehrerer Beratungen.

Zum Tag des Offenen Denkmals zum Thema „Kultur in Bewegung - Reisen, Handel und Verkehr“ wurde in Zusammenarbeit mit dem Landkreis Prignitz die Darstellung im Internet und Pressearbeit gestaltet.

Der Verband begleitete die Arbeit des Arbeitskreises Prignitzer Museen, der 2010 vom Museumsverband Brandenburg initiiert wurde.

1.2 Überregionale Partnerschaften und Kooperationen

Der Verband ist Mitglied im **Landestourismusverband Brandenburg**.

Der Vorstandsvorsitzende vertritt die Interessen des Reisegebietes Prignitz im Landesvorstand als stimmberechtigtes Mitglied.

In verschiedenen Arbeitskreisen konnten Prignitzer Vertreter unsere Interessen wahren. So vertrat beispielsweise Frau Elke Baude, Stadt Wittstock, das Reisegebiet im Arbeitskreis Leitsysteme.

Der Geschäftsführer Uwe Neumann wurde als Vertreter des Landestourismusverbandes in den **Landesfachbeirat Kur- und Erholungsorte** berufen.

Die von der Landesregierung mit der touristischen Vermarktung beauftragte **Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB)** ist ein wichtiger Kooperationspartner für das überregionale Marketing.

Aufbauend auf dem Marketingplan der TMB wurden auch im Jahr 2010 Maßnahmen gemeinsam umgesetzt, die im Punkt Werbung und Öffentlichkeitsarbeit dargestellt sind.

Mit **pro agro** wurde die Zusammenarbeit in den Bereichen Urlaub auf dem Lande, Reiten und Landpartie weitergeführt. Der Verband ist Mitglied von pro agro.

Auf Initiative der **AG Historische Stadtkerne** wurden Radrouten erarbeitet, die die Städte mit historischen Stadtkernen verbinden und von denen 2 durch die Prignitz führen.

Damit wird das bestehende Radwegenetz positiv ergänzt.

Die Ausschilderung der Routen erfolgt 2011.

Ein wesentlicher Bereich der Verbandsarbeit ist die länderübergreifende Zusammenarbeit an der Elbe. Der Verband vertritt die Prignitz mit dem Brandenburger Teil des Elberadwegs im überregionalen **Projektbeirat Elberadweg**. Eine enge Zusammenarbeit wird mit der Koordinierungsstelle Elberadweg des Magdeburger Tourismusverbandes gepflegt. Die Prignitzer Anbieter im Marketingpool Elberadweg und im jährlich erscheinenden Handbuch wurden durch den Verband betreut.

Grünes Band

Der Tourismusverband arbeitete an dem Projekt „Grünes Band“ in der Modellregion Elbe-Altmark-Wendland an der ehemaligen innerdeutschen Grenze mit. Ausgehend von der ehemaligen innerdeutschen Grenze wurde dieses Thema 2010 in der Prignitz über die Vernetzung der Anbieter im Projekt „Wendepunkte“ nochmals untersetzt.

Die BiberBurgenTour wurde Bestandteil der Naturtourismuskampagne des Landes Brandenburg.

Gespräche zur länderübergreifenden Zusammenarbeit entlang der Elbe unter dem Arbeitstitel „**Touristische Elbeschifffahrt vom Hamburg bis Wittenberge**“ wurden intensiviert. Zusätzlich Vermarktungsmöglichkeiten in der Metropolregion Hamburg und Fördermittelanträge für diese Kooperation sind das gemeinsame Ziel der beteiligten Partner.

Ruppiner Land

Seit Oktober 2004 ist eine Kooperationsvereinbarung zur gemeinsamen Vermarktung und intensiven Zusammenarbeit der Reisegebiete Prignitz und Ruppiner Land durch die beiden Vereinsvorsitzenden unterzeichnet. Die Kooperation wird insbesondere in den Bereichen Messen und Entwicklung der Radwege, speziell für die Bischofstour und die Dosse-Städte-Tour sowie die Vernetzung der regionalen Radtouren durchgeführt. Weitere Kooperationsthemen sind der Pilgerweg Berlin – Wilsnack, die Reisemobil-Stellplatzoffensive, die Zentralen Archäologischen Orte, der Reitfernweg Neustadt-Redefin oder Projekte der Arbeitsgemeinschaft mit historischen Stadtkernen. Die in Kooperation herausgegebene Broschüre „Brandenburgs Blauer Norden“ enthält die Prignitzer Kanutouren.



Netzwerk Aktiv in der Natur

Das Netzwerk Aktiv in der Natur ist eine Initiative des Landestourismusverbandes Brandenburg, an der sich der Tourismusverband Prignitz aktiv beteiligt.

Die Thematik Radfahren soll während der Weiterführung des Projektes von 2010 bis 2013 landesweit qualitativ vorangebracht werden und vermarktet werden.

So werden die Fernradwege nachklassifiziert. Dazu werden für die Prignitz die 2 ausgebildeten ehrenamtlichen Radwege zertifizierer weitergebildet, die dem Verband als engagierte Berater zur Verfügung stehen.

Das Netzwerk treibt die Etablierung des Themas Radtourismus im Land weiter voran.

Landesprojekt Naturtourismus

In Vorbereitung der landesweiten Kampagne zum Naturtourismus fanden 2011 in Kooperation mit der TMB mehrere Workshops und Weiterbildungsveranstaltungen zum Naturtourismus statt, auf denen neue Produkte wie der „Rühstädter Storchenfeierabend“ entwickelt wurden. Bereits bestehende Produkte konnten auf den Workshops weiterentwickelt und zielgruppengerechter gestaltet werden, so dass das Reisegebiet zum Kampagnenstart mit sehr guten Angeboten aufgestellt war.

Elbe-Müritz-Rundweg

Zur Eröffnung im Mai 2009 wurden Flyer zur Tour sowie eine Karte des public press Verlages veröffentlicht, die seitdem als Hauptwerbemittel für den Rundweg dienen.

Ab 1.5.2009 wurde eine Mitarbeiterin als Koordinatorin für den Elbe-Müritz-Rundweg für 3 Jahre befristet eingestellt. Die Finanzierung erfolgt über das Projekt Kommunal-Kombi.

Stellplatzoffensive für Reisemobile

Die Aktivitäten zur weiteren Entwicklung des Reisemobiltourismus konnten auch 2010 fortgesetzt werden. Dabei waren die Partnerschaften mit dem Wohnmobilerhersteller Concorde Reisemobile GmbH und der Fachzeitschrift *promobil* wichtige Säulen.

Zur weiteren Infrastrukturentwicklung konnte der Verband sich bei der Erstellung und der Recherche zu den Inhalten von Informationstafeln für alle Stellplätze einbringen.

Unter der Regie des Verbandes wurde die Neuauflage des Flyers Reisemobil-Landschaft Prignitz erarbeitet und finanziert.

Um für die Stellplätze in der Prignitz zu werben war der Verband auf der Hausmesse der Firma Concorde Reisemobile GmbH in Aschbach im Mai 2010 vertreten. Hier wurde der Grundstein für das Concorde-Herbsttreffen im Oktober gelegt. 17 Reisemobile trafen sich für 1 Woche in der Prignitz.

Ein weiteres Clubtreffen (EMHC) fand bereits vom 19. bis 24.05.2010 in Wittenberge statt. Der EMHC verweilte mit 60 Reisemobilen (110 Personen) 5 Tage in der Region. Die Begeisterung der Teilnehmer äußerte sich in der Auszeichnung des Wittenberger Stellplatzes als „Wohlfühlplatz des EMHC“.

Im September nahm der Verband am Carvansalon Düsseldorf (27.08. bis 6.09.2010) auf Einladung vom *promobil* zum zweiten Mal teil.



Foto: Tafel wird in Bad Wilsnack aufgestellt

Netzwerk für Vereine

Seit Juni 2007 arbeitet das durch die ARGE geförderte Projekt Netzwerk für Vereine, bei dem bis zu 40 Vereine unter dem Dach des Tourismusverbandes miteinander kooperieren. Es werden bis zu 30 MAE Kräfte betreut, die den örtlichen Vereinen bei Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zusätzlich zur Seite stehen. So können z.B. zusätzliche Öffnungszeiten in touristischen Einrichtungen abgesichert werden. Dieses Modellprojekt wird durch den Verband betreut und begleitet.

Für die Projektkoordinierung und die engere Vernetzung der Vereine mit der touristischen Angebotsstruktur der Prignitz arbeiten seit September 2008 2 Mitarbeiterinnen, die über das Projekt Kommunal-Kombi finanziert werden.



Frau Hallwass und Frau Kaleschke beim Waldlehrparkfest in Groß Woltersdorf



Frau Tast von FestLand e.V. Klein Leppin wurde zur Auszeichnung beglückwünscht

AGE/Regionalbudget - Projekt „Qualitative Verbesserung des überregionalen Radwegenetzes im Landkreis Prignitz“

Im Projekt waren 3 Mitarbeiter vom 1.2.-30.4.2010 beschäftigt. Gefördert wurde es von der ARGE und dem Regionalbudget Prignitz in Kooperation mit dem Amt Bad Wilsnack/Weisen, der Stadt Perleberg und den Gemeinden Groß Pankow und Plattenburg. Inhalt des Projektes war die Erstellung von Rahmenhinweisen zur Qualitätssicherung und –verbesserung speziell für die touristische Fernradwanderwegenutzung sowie qualitätsverbessernde Arbeiten, die in Zusammenarbeit mit den Kommunen vorgenommen wurden. Im Ergebnis erhielten die beteiligten Kommunen eine Dokumentation als Grundlage für die weitere Verbesserung des Radwegenetzes. An zahlreichen Stellen der Radfernwege wurden modellhaft Qualitätsverbesserungen vorgenommen.

Datenerfassung barrierefreier Betriebe in Kooperation mit der TMB

Das Reisegebiet beteiligte sich an der Erfassung der Daten von Prignitzer Betrieben, die barrierefreie Angebote haben. Die Daten werden im Internetauftritt des Landes Brandenburg und im Prignitzer Gastgeberverzeichnis dargestellt. Eine Mitarbeiterin wurde für die sachgerechte Datenaufnahme geschult.

Bisher konnten 73 Betriebe in die Datenbank des Landes Brandenburg www.barrierefrei-brandenburg.de aufgenommen werden.

2. Statistik

Radlerbefragung

Das Reisegebiet Prignitz nahm 2009/2010 am landesweiten Projekt „Analyse von Radverkehrsströmen zur nachhaltigen Optimierung von Radverkehrsnetzen unter Einbezug von Radverkehrskennzahlen“ teil.

Es wurden 2010 mobile Zählstellen an ausgewählten Punkten im Landkreis Prignitz und Ostprignitz-Ruppin eingesetzt. Leider konnte im Projekt nur eine feste Zählstelle (auf dem Elbe-Müritz-Rundweg, Bereich Karstädt) aufgestellt werden. Die bestehenden 3 Zählstellen auf dem Elberadweg genügten den technischen Projektanforderungen nicht. Zeitlich begrenzt wurden mobile Zählstellen aufgestellt, so dass Daten vom Elberadweg in das Projekt einfließen.

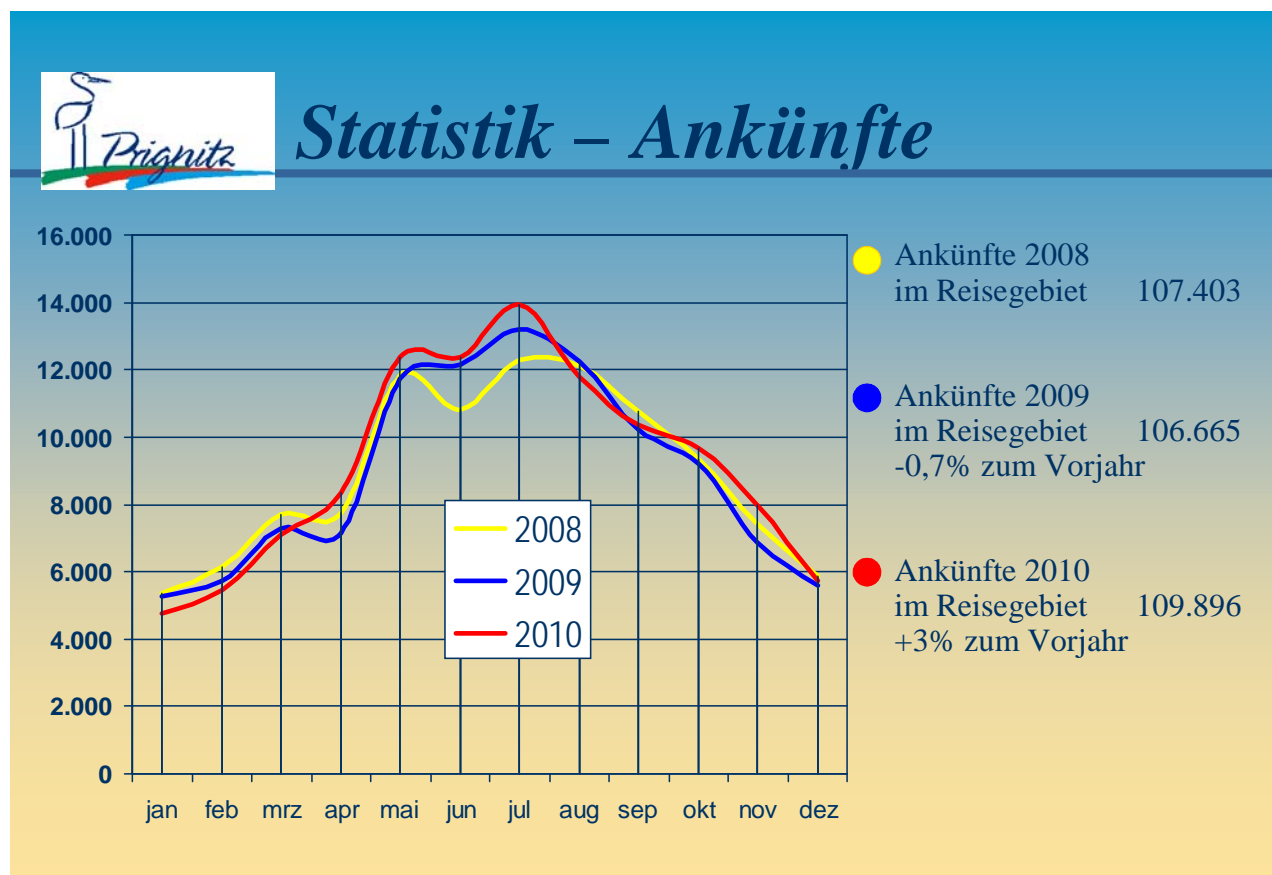
Erst 2011 konnten im Rahmen der Projektnachbereitung 3 den technischen Anforderungen entsprechende Zählstellen eingesetzt werden.

Die Auswertung des Projektes erfolgte im Jahr 2010 und wurde 2011 im Rahmen von Workshops vorgestellt.

Statistik gewerblicher Übernachtungen

Die statistischen Auswertungen beruhen auf Erhebungen des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik Brandenburg und berücksichtigen lediglich die gewerblichen Beherbergungsbetriebe.

Nachfolgende Übersichten zeigen die Entwicklung der Übernachtungen, Ankünften und die Auslastung.

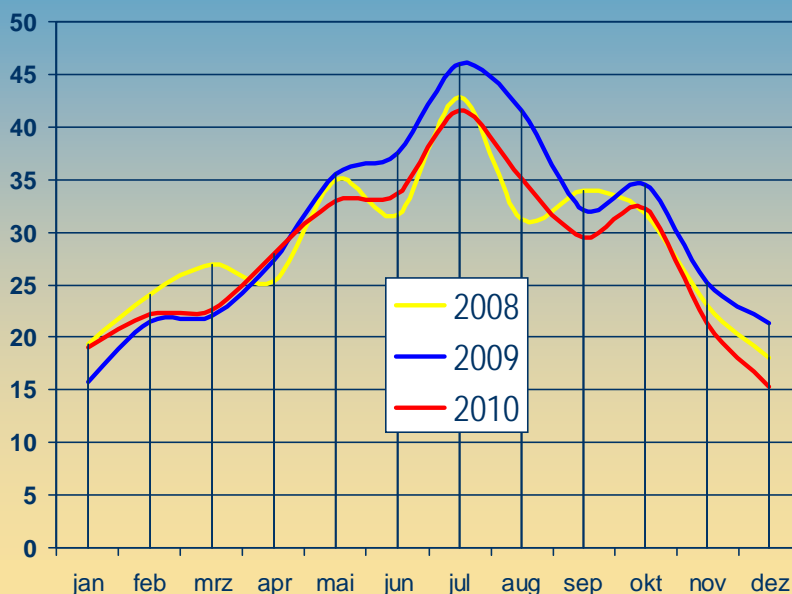




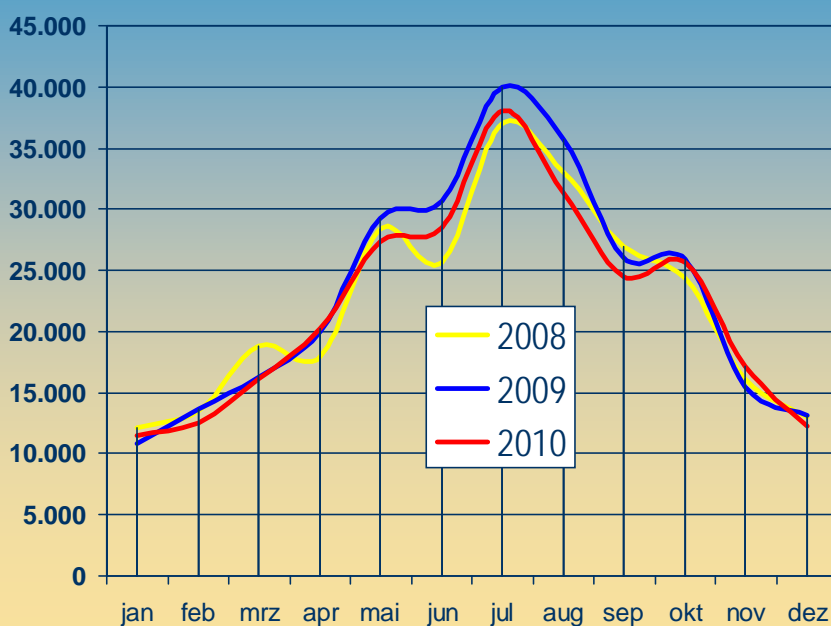
Statistik - Auslastung

Durchschnittliche Auslastung im Jahr
Reisegebiet Prignitz

- 2008 gesamt 29,8 %
(Land 35,2 %)
- 2009 gesamt 30,7 %
(Land 34,5 %)
- 2010 gesamt 28,2 %
(Land 35,7 %)



Statistik - Übernachtungen



- Übernachtungen 2008
im Reisegebiet 267.027
Durchschnittliche
Aufenthaltsdauer 2,5 Tage
- Übernachtungen 2009
im Reisegebiet 277.050
+3,8% zum Vorjahr
Durchschnittliche
Aufenthaltsdauer 2,6 Tage
- Übernachtungen 2010
im Reisegebiet 265.449
-4,2% zum Vorjahr
Durchschnittliche
Aufenthaltsdauer 2,4 Tage

3. Marketing

3.1. Marketingkonzept

Das 2007 durch den Vorstand beschlossene Marketingkonzept 2007-2010 wurde auf einer Klausurtagung im März 2010 für den Zeitraum bis 2015 weitergeführt. Es wurden die nächsten Schritte des strategischen Marketings definiert und präzisiert. Die Schwerpunktlegung auf das Thema Radlerparadies Prignitz wurde verstärkt und um die Entwicklung der regionalen Radtouren erweitert.

Auf verschiedenen Veranstaltungen mit Abgeordneten und Bürgermeistern aus dem Reisegebiet wurde diese Marketingkonzeption des Verbandes vorgestellt und diskutiert, z.B. auf der Bürgermeisterberatung im Landkreis Ostprignitz-Ruppin, auf DEHOGA-Wirtestammtischen, vor den Abgeordneten in Plattenburg, Heiligengrabe, Wittstock, Lenzen, Groß Pankow, Perleberg und Meyenburg.

3.2. Publikationen

Das Hauptwerbemittel des Reisegebietes ist das Urlaubsjournal. Hier sind die wichtigsten Informationen zur Prignitz für Individualreisende zusammengefasst. Die im Jahr 2010 erarbeitete Ausgabe 2011 stellt auf 100 Seiten die Reisetemen der Prignitz, ihre Sehenswürdigkeiten, Freizeitangebote und ca. 275 Anzeigen touristischer Dienstleister vor. Die Auflage beträgt 30.000 Exemplare.



Das Urlaubsjournal 2010 erschien im Januar 2010.

Das Urlaubsjournal 2011 wurde 2010 erstellt und erschien zum Januar 2011.

Das Wittstocker Land nutzt jedes Jahr einen Auszug als regionales Gastgeberverzeichnis.

Die Schwerpunkt-Themen der Prignitz werden mit zielgruppengerechten Angebotsflyern untersetzt.

Titel des Flyers	Thema	Bemerkung
Bischofstour	Rad	Nachdruck des Informationsflyers
Stellplatzoffensive Prignitz	Reisemobilstellplätze	Aktualisierter Nachdruck mit 24 Stellplätzen

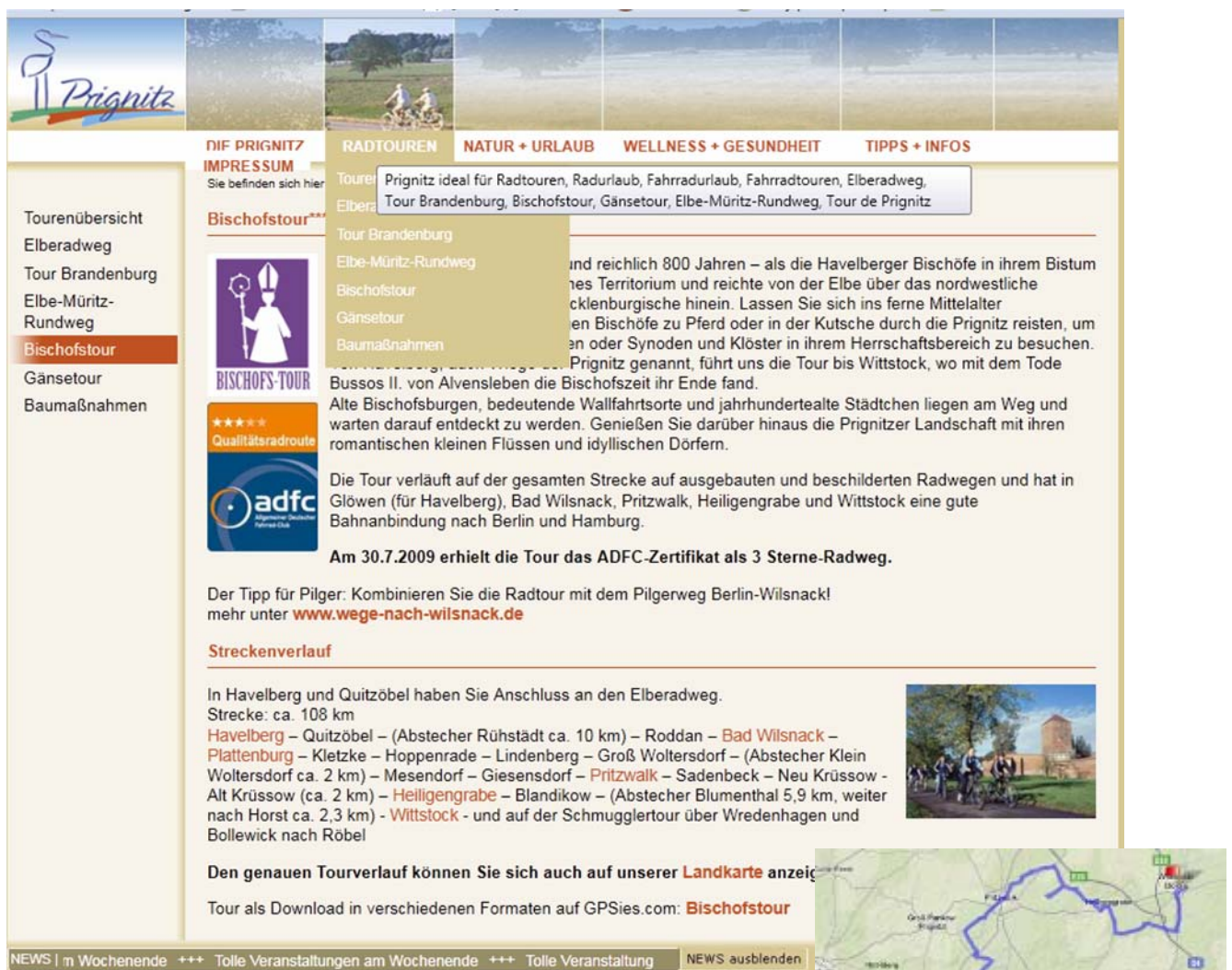
2010 nahm die Prignitz an der Radkampagne der TMB vor allem mit Werbung in den Printmedien für den Berliner Raum teil. Schwerpunktthema war die mit 3 Sternen ADFC-zertifizierte Bischofstour und der Elbe-Müritz-Rundweg sowie die zu beiden Touren neu entwickelten Pauschalangebote.

3.3 Informations- und Vertriebsmittel Internet (www.dieprignitz.de)

Ein eigenes Marketing für den Bereich Internet wird in enger Verbindung mit den Printmedien, Anzeigen, Messeauftritten usw. langfristig aufgebaut. Seit Februar 2009 ist die aktualisierte Website www.dieprignitz.de im Internet freigeschaltet. Das Internet wird auf der Basis der kartenbasierten Darstellung der Adress- und Gastgeberdaten im Prignitz-Marketing eingesetzt.

Das Internet wird auch im Bereich des Binnenmarketing genutzt, Informationen zu Verbandsaktivitäten können dort abgerufen werden. Eine Verbandsseite mit Informationen für Leistungsträger ist seit 2009 unter www.tourismusverband-prignitz.de zu finden.

Die Pressemitteilungen des Verbandes sind unter dem Punkt „Service für Journalisten“ veröffentlicht, sie werden außerdem auch über twitter dargestellt.



The screenshot shows the website interface for the 'Bischofstour'. At the top, there are navigation tabs: 'DIE PRIGNITZ', 'RADTOUREN', 'NATUR + URLAUB', 'WELLNESS + GESUNDHEIT', and 'TIPPS + INFOS'. Below these, there are several menu items: 'TOURENÜBERSICHT', 'Elberadweg', 'Tour Brandenburg', 'Elbe-Müritz-Rundweg', 'Bischofstour' (highlighted), 'Gänsetour', and 'Baumaßnahmen'. The main content area features a large image of a cyclist, a description of the 'Bischofstour' as a 'Qualitätsradroute' (Quality Rad Route) with 3 stars, and a mention of the ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) certification. The text describes the tour's route through Havelberg and Quitzböbel, listing various stops and distances. A map on the right shows the tour route in blue. At the bottom, there are news snippets and a 'NEWS ausblenden' button.

Verschiedene Prignitzer Radtouren werden kostenlos als GPS-Download über ein externes SocialMedia-Portal angeboten. Beispiel oben und rechts: Bischofstour

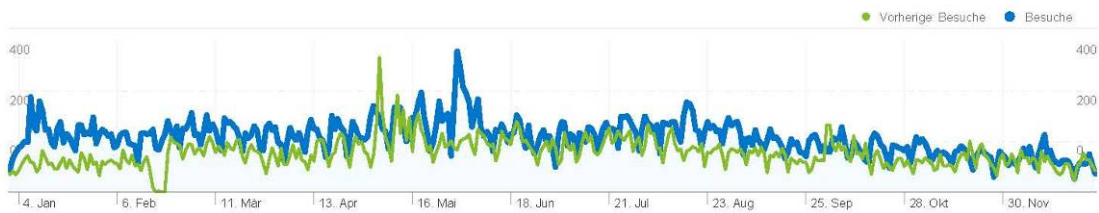
Auf der Internetseite www.elberadweg.de wurden Werbebanner für die Bischofstour und den Elbe-Müritz-Rundweg geschaltet.

www.dieprignitz.de

Übersicht über die Besucherquellen

01.01.2010 - 31.12.2010

Vergleichen mit: 01.01.2009 - 31.12.2009



Alle Besucherquellen haben insgesamt 52.407 Besuche vermittelt.

17,78 % Direkte Zugriffe

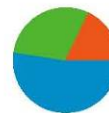
Vorherige: 18,81 % (-5,49 %)

52,48 % Verweis-Websites

Vorherige: 45,48 % (15,39 %)

29,74 % Suchmaschinen

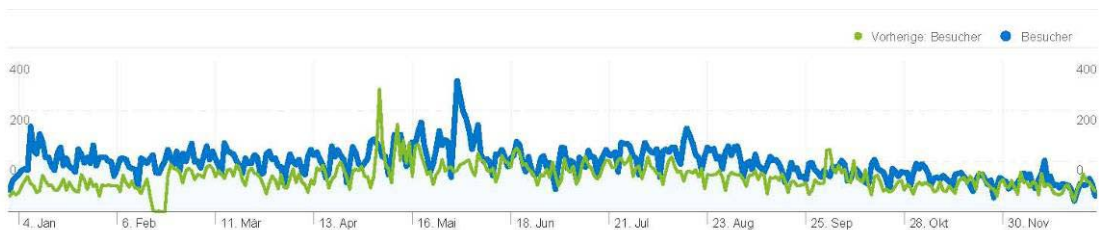
Vorherige: 35,70 % (-16,69 %)



■ **Verweis-Websites**
27.504,00 (52,48 %)

■ **Suchmaschinen**
15.585,00 (29,74 %)

■ **Direkte Zugriffe**
9.318,00 (17,78 %)



39.126 Personen besuchten diese Website.

52.407 Besuche

Vorherige: 37.385 (40,18 %)

39.126 Absolut eindeutige Besucher

Vorherige: 28.284 (38,33 %)

288.871 Seitenaufrufe

Vorherige: 198.879 (45,25 %)

5,51 Durchschnittliche Anzahl an Seitenaufrufen

Vorherige: 5,32 (3,62 %)

00:04:16 Besuchszeit auf Website

Vorherige: 00:04:03 (5,42 %)

37,84 % Absprungrate

Vorherige: 36,61 % (3,36 %)

72,89 % Neue Besuche

Vorherige: 73,99 % (-1,49 %)

Landesweites Informations- und Reservierungssystem (IRS)

Speziell für die Einführung des landesweiten Informations- und Reservierungssystems wurde Frau Krakow ab 1.4. (für 20-Wochenstunden) eingestellt. Nach den entsprechenden Vorbereitungen fand im August 2010 eine Schulung statt. So konnte ab Januar 2011 die Online-Buchbarkeit auch auf den Internetseiten des Verbandes hergestellt werden. Insgesamt sind 21 Betriebe buchbar.

3.4 Pressearbeit

Der Verein beteiligte sich mit verschiedenen Meldungen am Pressedienst der TMB. Ein deutschlandweiter Verteiler sorgt für zielgerichtete Informationen aus ganz Brandenburg für Journalisten. Dabei konnten mehrere Meldungen und Anzeigen gut platziert werden. Die Zusammenarbeit mit der Agentur Medienkontor aus Dresden wurde erfolgreich weitergeführt. Monatlich werden 2-3 Pressemeldungen zu verschiedenen touristischen Themen überregional platziert.

Im April wurde außerdem eine 3tägige Pressereise zur Bischofstour in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis durchgeführt. Die daraus resultierenden Presseberichte hatten vor allem im Internet eine gute Resonanz.



Weiterhin wurden auf spezielle Themen zugeschnittene Informationspakete für die Presse zusammengestellt, in deren Resultat in verschiedensten Veröffentlichungen über die Prignitz berichtet wurde.

Berichterstattungen über die Arbeit des Verbandes in der regionalen Presse konnten regelmäßig platziert werden. Die Geschäftsstelle pflegt gute Kontakte zu den Redaktionen. Die Öffentlichkeitsarbeit in der Region ist ein wesentlicher Bestandteil des Binnenmarketings und auch weiterhin unverzichtbar.

3.5 Messen/Ausstellungen

Im Geschäftsjahr 2010 wurden die traditionellen Messestandorte und die wichtigsten Quellmärkte besucht.



Interessierte touristische Leistungsträger unterstützten den Verband sowohl mit eigenen Messeständen als auch durch finanzielle Beteiligungen am Stand des Verbandes. Damit konnten wesentliche Messen der Quellmärkte besucht werden, wie z.B. in Berlin die Grüne Woche und die Internationale Tourismusbörse, der Reisemarkt Friedrichstraße (Frühjahr und Herbst), der Reisemarkt Spandau, die Landespräsentation „Berlin trifft Brandenburg“ und in Hamburg die Reisesmesse im Februar.

In Kooperation mit den Wellnesshotels der Prignitz und der Therme Bad Wilsnack wurde auf Spezialmessen zu Gesundheitsthemen geworben.

Besonders im Quellgebiet Hamburg wurden neue Präsentationsmöglichkeiten für die Prignitz getestet, vor allem auf der Altonale und beim Radevent Vattenfall Cyclclassics. Der Stand war ein Gemeinschaftsprojekt mit dem Wittstocker Land.

Gemeinsam mit den Wittenberger Partnern wurde die Tourismusmesse in Magdeburg besucht.



Der Caravansalon in Düsseldorf, der speziell auf die Zielgruppe der Wohnmobilisten ausgerichtet ist, wurde auf Einladung der Fachzeitschrift *promobil* erfolgreich besucht.

Der Marketingbeirat bestätigte den vorgelegten Marketingplan für 2011. Dabei standen die weitere Optimierung und die Effizienz der Messeauftritte im Mittelpunkt. Die Messearbeit wurde wieder durch Anzeigen in Zeitungen der Quellmärkte unterstützt.

3.6 Plattenburg Spektakel

Das traditionelle mittelalterliche Spektakel wurde wieder gemeinsam mit der Gemeinde Plattenburg und der Freizeit Park Wittenberge GmbH vorbereitet und durchgeführt. Diese Aktivität zählt in der Zwischenzeit zu den größten Veranstaltungen in der Region und trägt zur Imagepflege und zur Angebotsgestaltung bei.

Entwicklung der Besucherzahlen:



4. Finanzierung

Die Jahresrechnung 2010 wurde vom beauftragten Steuerbüro erstellt.

5. Ergebnisse und Aufgabenstellungen

Im Geschäftsjahr 2010 wurde das Leitbild für das Reisegebiet Prignitz weiter umgesetzt und entsprechend der Marketingkonzeption weiterentwickelt. Schwerpunkt ist nach wie vor die Umsetzung der Vision vom „Radlerparadies Prignitz“, die auch in der Weiterführung des Marketingkonzeptes den Kernpunkt bildet.

Die stetige Anpassung des Marketingkonzeptes an die regionale Entwicklung und die touristischen Trends beeinflusst das Image der Region nach innen und außen positiv. Sowohl die Themen als auch die Auswahl der herausragenden Sehenswürdigkeiten der Region stehen konsequent im Mittelpunkt aller Marketingaktivitäten und Projekte.

Mit der Qualifizierung des regionalen Radwegenetzes wurde ein neues Ziel auf dem Weg zum „Radlerparadies“ definiert. Die Verbindung von Naturerlebnis und Aktivurlaub ist inzwischen zu den Leuchttürmen des Prignitz-Marketings geworden. Das Kulturerlebnis an den Radtouren muss jetzt ebenfalls qualifiziert werden. Insbesondere ist die Entwicklung gastronomischer, regionaler Spezialitäten anzustreben.

Das Binnenmarketing ist weiter zu verstärken und zuverlässige Netzwerkstrukturen für den Tourismus auszubauen, aus denen wettbewerbsfähige und konkurrenzstarke touristische Produkte und Dienstleistungen resultieren. Nach außen ist die Profilierung der Region voranzutreiben und mit hochwertigen Produkten zu untersetzen.

Das Themen- und Zielgruppenmarketing ist weiter zu entwickeln, zu qualifizieren und zu quantifizieren. Die themen- und zielgruppenorientierte Qualitäts- und Angebotsentwicklung und eine hohe Authentizität und Individualität der Angebote bilden die Grundlage für alle Marketing-Anstrengungen. Sie erhöhen die Kundenzufriedenheit mit Auswirkungen auf Gästezahlen und Aufenthaltsdauer. Daher nehmen die Qualitätsentwicklung und die Erstellung individueller Angebote in der weiteren Arbeit des Verbandes einen hohen Stellenwert ein.

Voraussetzung für eine kontinuierliche Arbeit des Verbandes ist die Sicherung der Grundfinanzierung für die Geschäftsstelle und für einen Teil der Marketingaktivitäten.

Perleberg, im August 2011



Uwe Neumann
Geschäftsführer