



Tourismusverband Prignitz e.V.
Großer Markt 4 19348 Perleberg
Tel. 03876/ 30 74 19 20 Fax 03876/30 74 19 29
info@dieprignitz.de www.dieprignitz.de

Marketingplan Reisegebiet Prignitz 2009

Maßnahmekatalog (Auszug)

Stand November 2008

Inhalt

1.	Vision für das Reisegebiet Prignitz	3
2.	Themenmarketing im Reisegebiet Prignitz	4
2.1.	Quellmärkte	5
2.2.	Zielgruppen	5
2.3.	Integration in überregionale Netzwerke und das Landesmarketing	5
3.	Hauptaufgaben des Tourismusverband Prignitz e.V.	5
3.1.	Profilierung des Reisegebietes	5
3.2.	Produktentwicklung	6
3.3.	Marktforschung	6
3.4.	Vermarktungsplattform - Ausgewählte Maßnahmen 2009	6
	Thema Rad	7
	Thema Natur	8
	Thema Kultur	9
	Thema Wellness	9
	Querschnittsthemen	9

Vorwort

Basierend auf dem Marketingkonzept werden im Maßnahmenkatalog die Vorhaben 2009 und die Beteiligungsmöglichkeiten für Leistungsträger vorgestellt. Die Realisierung Umsetzung der Maßnahmen erfolgt vorbehaltlich der Finanzierbarkeit, insbesondere in Abhängigkeit von der Höhe Zuwendungen der Landkreise Prignitz und Ostprignitz-Ruppin.

Geschäftsstelle des Tourismusverbandes Prignitz e.V.

Großer Markt 4
19348 Perleberg
info@dieprignitz.de
www.dieprignitz.de

Ansprechpartner:

Geschäftsführer	Uwe Neumann Tel. 03876/ 30 74 19 21	neumann@dieprignitz.de
Internet, Printprodukte, Finanzen	Katharina-A. Zimmermann Tel. 03876/ 30 74 19 20	zimmermann@dieprignitz.de
Messen, Qualität, Plattenburgspektakel	Diana Scharnewski (Mutterschutz/ Erziehungsjahr bis 12/2009)	
Mitglieder, Qualität, Messen	Carola Krakow Tel. 03876/ 30 74 19 22	krakow@dieprignitz.de
Projektkoordinatorin Elbe-Müritz-Radweg Gabriele Rosenfeld	1.5.2008 – 30.4.2009 Tel. 03876/ 30 74 19 24	rosenfeld@dieprignitz.de
Projektbetreuer Netzwerk für Vereine Ramona Kaleschke, n.n.	1.9.2008 – 31.8.2011 Tel. 03876/ 30 74 19 23	netzwerk@dieprignitz.de

1. Vision für das Reisegebiet Prignitz

- Die Prignitz etabliert sich als touristische Region innerhalb des Reiselandes Brandenburg insbesondere im **Rad- Natur- und Kulturtourismus**, wobei die **enge Verbindung von Naturraum und Kultur** durch die Verknüpfung von qualitativ hochwertigen Angeboten (Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen) entlang der **Rad-Thementouren Elbe – Natur, Gänsetour und Bischofstour** das **Alleinstellungsmerkmal** der Region darstellt. Ergänzt wird das Prignitzer Angebot durch das Thema Landurlaub, u.a. unter Beachtung des Potenzials des Fernreitwegs Neustadt-Redefin. Ein weiteres Standbein des Prignitz-Tourismus ist das Thema **Wellness und Kuren**.
- Durch seine **geografische Lage** ist die Prignitz dafür prädestiniert, verbindendes Element zwischen den Nachbardestinationen zu sein. Die Prignitzer Angebote sind dementsprechend regionsübergreifend.
- Potenziale, die weiter zu entwickeln sind:
 - **Die Prignitz etabliert sich als „Radlerparadies zwischen Elbe und Müritz“.**
 - Der **Elberadweg** und die **Tour Brandenburg** sind beispielgebend in der Qualität und Radlerfreundlichkeit und machen die Prignitz als Radlerregion bekannt.
 - Der **Elbe-Müritz-Radweg** entwickelt sich zum Premium-Produkt für das Thema Rad
 - Die **Kulturtouren „Gänsetour – romantisch“** und **„Bischofstour – mystisch“** sind die Zugpferde im Kulturtourismus. Die Events sind Bestandteil der Kulturtouren.
 - Naturerlebnisangebote „Zwischen Burg Lenzen und den Rühstädter Störchen“ im **Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe Brandenburg** haben einmaligen Charakter und sind zukunftsweisend. Dazu werden Pilotprodukte wie die NaturerlebnISRouten eingesetzt.
 - Das Speziesegment **„Pilgern per Rad und per pedes“** bietet die in Brandenburg einmalige Verbindung zwischen Radeln, Selfness-Erlebnis, Natur und mittelalterlichen Kulissen – „Mystische Orte, den Wind um die Nase wehen lassen, der Weg zum Ich“
 - Alle Touren und Themen-Angebote sind auch mit **kulinarischen Spezialitäten** unternetzt.
 - Die Produkte des Reisegebietes Prignitz sind in Reisebüros, Buchungssystemen (z.B. dem IBS der TMB) und im Internet **buchbar**.
- Die Prignitzer Angebote sind **authentisch**, in der Region verwurzelt, **weltoffen** und individuell. Sie haben eine **hohe Qualität** und die Region definiert sich über ihre **Servicefreundlichkeit**.
- Die Prignitzer Tourismuswirtschaft steht auf einer gesunden Basis und hat eine **starke Wirtschaftskraft**, die sich positiv auf die Region auswirkt. Steigende Besucher- und Auslastungszahlen sind das Maß dieser Entwicklung.
- Die Profilierung des Reisegebietes erzeugt ein **positives Image** der Region nach innen und außen. Die Bewohner der Prignitz identifizieren sich mit den touristischen Angeboten, empfinden sie als besondere Bereicherung und wirken an der Weiterentwicklung der Angebote mit. Die Aussage **„In einer Region, in der sich die Einwohner wohl fühlen, fühlen sich auch die Gäste wohl“** trifft auf die Prignitz voll und ganz zu.

2. Themenmarketing im Reisegebiet Prignitz

Radfahren – Radlerparadies zwischen Elbe und Müritz

- Motto: Sanft dahin gleiten am großen Strom durch die weite Landschaft,
- gut ausgebautes Radwegenetz von der Elbe bis zur Müritz, mit lokalen Touren ergänzt, geeignetes Kartenmaterial liegt vor
- anzustreben: im landesweiten/ bundesweiten Vergleich vordere Plätze einnehmen, dazu wird die Radwege Zertifizierung und die bett&bike-Klassifizierung genutzt
- Der Elbe-Müritz-Radweg tangiert alle Prignitzer Regionaltouren sowie den Elberadweg und die Tour Brandenburg. Er wird zum Premium-Produkt für das Radmarketing entwickelt.

Kultur und Events

- Motto: Kultur erleben – vor Mauern aus 1000 Jahren romantischen Klängen das Herz öffnen
- eine der ältesten Kulturlandschaften des Landes Brandenburg
- Kulturtouren Gänse- und Bischofstour
- Veranstaltungshighlights: Prignitzsommer, Plattenburgspektakel, Elblandfestspiele, Schwedenspektakel, Perlebergfestival, Konzerte Heiligengrabe

Naturerlebnisangebote

- Motto: Natur genießen – der Stille lauschen, den Wind atmen, seltene Pflanzen und Tiere entdecken
- Aktivitäten: Radeln, Kanu fahren, Reiten, Wandern
- Storchendorf Rühstädt
- Besucherzentren: Rühstädt und Lenzen
- Naturerlebnispunkte am Elberadweg
- Sewekow – Naturerlebnis im Naturpark Stechlin-Ruppiner Land und an den Ausläufern der Müritz
- Kanutouren auf Elbe und Stepenitz, Sportboothäfen an der Elbe und in Sewekow, Stepenitzkahnfahrten

Gesundheits- und Wellnessangebote

- Motto: Gesundheit spüren.
- Verbindung zu den Aktivangeboten
- Kristall Kur- und Gradiertherme Bad Wilsnack
- Häuser mit Wellnessangeboten

Verbindendes Element für alle Themen sind kulinarische Spezialitäten, die das jeweilige Themenangebot, z.B. als Prignitzer Winterspezialität Knieper, als Fastenspeise, Bischofsmenü oder Menü Gänzlich ergänzen und zu einem besonderen Erlebnis machen.

2.1. Quellmärkte

Die zielgruppengerechte Fokussierung der Werbung auf die Schwerpunktthemen ist den Bedingungen des jeweiligen Quellmarktes anzupassen. Die Basis für eine effektive Vermarktung ist trotzdem eine breite, qualitativ hochwertige Angebotspalette.

Schwerpunkt sind Quellmärkte mit max. 400 km Anfahrtsweg, bei Tagestouren max. 150 km:

- Berlin, Land Brandenburg
- Hamburg
- Niedersachsen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Sachsen-Anhalt und Sachsen

Weiter entfernte Quellmärkte (z.B. Ruhrgebiet, München und Stuttgart) und Auslandsmärkte werden ausschließlich zusammen mit Kooperationspartnern wie der TMB angesprochen. Dabei werden bevorzugt zielgruppenspezifische Angebote (z.B. Radmessen) genutzt.

2.2 Zielgruppen

- Aktivurlauber, vor allem Radler, spezifizieren: Fernradler, Genussradler
- Naturbegeisterte und Kulturinteressierte
- Wellness-Genießer

Das **Schwerpunktthema Rad** ist mit konkreten, herausragenden Angeboten zu untersetzen und hat **höchste Priorität**.

2.3 Integration in überregionale Netzwerke und das Landesmarketing

Das Landestourismuskonzept definiert 3 Säulen für das touristische Marketing des Landes Brandenburg. Die Prignitz konzentriert sich auf den Thementourismus entsprechend der Prignitzer Schwerpunktthemen Rad, Kultur, Natur und Gesundheit im Vierländereck.

Jahr	Thema Kulturland Brandenburg	Thema Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)	Prignitzer Jahresthema
2009	Demokratie und Demokratiebewegungen	Aktivurlaubsziel Deutschland – Lifestyle, Wandern und Radfahren 20 Jahre Mauerfall	20 Jahre Wende – Elbe: vom Grenzfluss zum Naturparadies/ Radeln an der blauen Grenze
2010		Kulturstädte Deutschlands	<i>(Planung für 2012 beginnen)</i>

3. Hauptaufgaben des Tourismusverband Prignitz e.V.

3.1. Profilierung des Reisegebietes

- Binnenmarketing – Sensibilisierung der Kommunen für touristische Themen, Unterstützung beim Herausarbeiten von Alleinstellungsmerkmalen
- Kooperationen – mit Nachbarregionen und regionalen Akteuren
- Zusammenarbeit im Land unter der Dachmarke Brandenburg mit der TMB
- **2009:**
 - Projekte: Netzwerk für Vereine für die regionale Entwicklung
 - Veranstaltungen: Tourismusforum und Mitgliederversammlung (November), Tourismustag Wittstock
 - Aufbau einer Internetseite für Mitglieder

3.2. Produktentwicklung

- Buchbare Angebote und Pauschalen für die Prignitz-Themen
- Qualitätsentwicklung – DTV- und DEHOGA-Klassifizierung, Qualitäts-Gütesiegel in Zusammenarbeit mit DTV, DEHOGA, TMB, pro agro
- Darstellung der klassifizierten Angebote in der regionalen Presse
- **2009:**
 - Gezielte Akquise von Prignitzer Anbietern für die Nutzung des Informations- und Buchungssystems des Landes Brandenburg (IBS)
 - Bonus für Einträge im Urlaubsjournal 2009 für klassifizierte Betriebe
 - Pressegespräch zu klassifizierten Betrieben
 - Brandenburger/ Prignitzer Gastlichkeit weiterentwickeln, Auszeichnung der Betriebe
 - Teilnahme am Landesprojekt „Barrierefreie Angebote“
- **Veranstaltungen 2009**
 - Qualitätsoffensive - Seminarreihe zur Qualitätsentwicklung in Zusammenarbeit mit der IHK und der Tourismusakademie Brandenburg
 - Exkursion mit Leistungsträgern – Radtour Elberadweg, Gänse- und Bischofstour
 - Ausblick 2010: Qualitätstag Prignitz alle 2 Jahre

3.3. Marktforschung

- Auswertung der statistischen Daten
- Projekt Radlerbefragung

3.4. Vermarktungsplattform - Ausgewählte Maßnahmen 2009

Marketing-Mix

- Aus einem Pool von Angeboten, Pauschalen und weiteren Aktionen werden Monatsthemen ausgewählt, die für die Pressearbeit, Anzeigen, Aktionen auf Messen und im Internet eingesetzt werden. Die Themen werden in allen Medien kommuniziert und durch Querverweise vernetzt. Die Internetseite der Region wird quer durch alle Medien beworben. Beispiel: Grüne Woche, Kulinarische Prignitz, Knieper im Januar

Urlaubsjournal 2009

- Erscheinungstermin: Grüne Woche
- Thema 20 Jahre Mauerfall mit Pauschalen aus dem Grünen Band untersetzt
- Thema Kulinarische Prignitz und Natururlaub ausführlicher dargestellt
- Ankündigung Elbe-Müritz-Radweg - Tagestourentipps

Urlaubsjournal 2010

- Erscheinungstermin: Grüne Woche 2010
- Geplant: Thema Zentrale Archäologische Orte, Schlösser und Herrenhäuser
- Fernradwege, Elbe-Müritz-Radweg

Internet ab 2009

- alter Auftritt in neuer Gestaltung kartenbasiert ab 1.1.2009 im Netz
- kartenbasierte Darstellung des Gastgeberverzeichnisses und der touristischen Angebote mit verbesserten Suchfunktionen, auch entlang der Routen
- textliche und inhaltliche Überarbeitung ab März
- offensives Internetmarketing – Eintrag in Themenplattformen, Verlinkungsoffensive
- Werbebanner auf der Startseite für ausgewählte Angebote
- Nutzung der Buchungsplattform des Landes Brandenburg
- Regelmäßige redaktionelle Beiträge auf www.reiseland-brandenburg.de
- Foto- und Pressemitteilungen als Download

Pressearbeit 2009

- Monatliche und messebegleitende Pressemitteilungen über TMB-Pressedienst und Medienkontor Dresden, (Prignitzthemen Radtouren, Sehenswürdigkeiten und Aktionen)
- Themen werden mit konkreten Angeboten untersetzt (Pauschalen, Sonderangebote, Gewinnspiele, Berichte über radlerfreundliche Betriebe und Aktionen, Veranstaltungen)
- Verstärkt durch konkrete Angebote, Anzeigen und Gewinnspiele
- Pressereise zum Thema „20 Jahre Mauerfall“ konzipiert als Radtour entlang der Elbe als ehemaliger Grenze, Wittenberge, Lenzen, Perleberg (Themen Rad, Natur, Kultur)

Messen mit Beteiligungsmöglichkeiten Saison 2009

- Siehe Messeliste

3.4.1. Marketingmaßnahmen nach Prignitzer Schwerpunktthemen 2009

Thema Rad

Qualitätsentwicklung:

- bett&bike – Zertifizierung von Gastronomie und Bettenangeboten
- Zusammenarbeit mit dem ADFC
- Weiterführung der Zertifizierung der Radwege – Bischofstour (Havelberg-Wittstock)
- Radlerbefragung (Projekt mit dem Regionalbudget/ Arbeitsamt)
- Unterstützung der Infrastrukturentwicklung (Lückenschlüsse, Ausschilderung, Aktualisierung von Infotafeln)

Veranstaltungen

- Anradeln am 25. April – Sternfahrt nach Perleberg
- Tour de Prignitz 11.-16.Mai
- Vorstellung der Kulinarischen Bischofstour auf dem Tourismusforum 2009

Printprodukte Thema Rad

- Nachdruck der Prignitz-Radkarte (Esterbauer-Verlag) bis zur ITB 2009
- Nachauflage der TMB-Radkarte, Beteiligung am Radmarketing der TMB
- Elbe-Müritz-Radweg – Ankündigungsflyer
- Darstellung Weiterführung der Bischofstour nach Röbel und der neuen Wegführung der Gänsetour im nördlichen Teil
- Neues Konzept für die Prignitzer Printprodukte zu den Radtouren für 2010

Internet

- fürs Internet zu erarbeiten: Wegbeschreibung mit Fotos für alle Routen
- kartenbasierte Darstellung der radlerfreundlichen Betriebe und der touristischen Angebote mit verbesserten Suchfunktionen entlang der Routen
- Aktualisierung der Darstellung im TMB-Radnavigator und auf www.reiseland-brandenburg.de, www.radeln-in-brandenburg.de
- Werbung auf Radportalen
- Gewinnspiele, Darstellung von Pauschalen, Ebay-Verlosung, Google-Addwords schalten

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Regelmäßige Pressemitteilungen – über radlerfreundliche Betriebe, Aktionen und Sehenswürdigkeiten an den Touren, dazu Pauschalen, Sonderangebote, Gewinnspiele

Elberadweg:

- Kooperationspartner Koordinierungsstelle Elberadweg (Mitte und Nord)
- Marketingpool 2009, Handbuch 2010
- Darstellung der Betriebe auf www.elberadweg.de und kartenbasiert auf www.dieprignitz.de
- Einbeziehung der Gastronomie-Betriebe in die Vermarktung, Darstellung im Internet
- Strecken-Neufestlegung (Rühstädt, Mitteldeich) kommunizieren, Havelberg – Quitzöbel: Lückenschlüsse und verbesserte Ausschilderung (in Zusammenarbeit mit der Altmark)
- Initiative des Arbeitskreises: Exkursion auf dem Elberadweg per Rad mit Anbietern

Elbe-Müritz-Radweg

- Zusammenarbeit mit den Landkreisen zur Infrastruktur der Radwege (Ausschilderung, Infotafeln, Wegequalität und -verlauf), Zertifizierung
- Eröffnung des Radwegs (Termin noch zu benennen)
- Weiterführung Projekt Koordinator Elbe-Müritz-Radweg
- Ankündigungsflyer für den Elbe-Müritz-Radweg, Nutzung bereits vorhandener Pauschalen
- Vorbereitung der Vermarktung als Rad-Premium-Produkt der Prignitz
- Akquise von radlerfreundlichen Betrieben am Radweg
- Geplant: Radkarte zum Elbe-Müritz-Radweg

Gänsetour

- Stärkere Einbeziehung lokaler Akteure, z.B. Stadt Putlitz
- Arbeitskreis wird erweitert durch touristische Betriebe, auch Privatanbieter
- Exkursion entlang der Tour mit Anbietern
- Thematische Ergänzung durch Natur an der Stepenitz, Kanutouren und Stepenitzkahnfahrten, Wandern zu archäologisch interessanten Plätzen
- fürs Internet zu erarbeiten: Wegbeschreibung mit Fotos

Bischofstour

- Weiterführung der Tour nach Röbel – Röbel wird Mitglied des Arbeitskreises
- Definition des Routenverlaufs, Ausschilderung
- Information der Mecklenburger Anbieter
- Zertifizierung der Strecke Havelberg – Wittstock
- Entwicklung der Kulinarischen Bischofstour
- Thematische Ergänzung durch Pilgerwege
- fürs Internet zu erarbeiten: Wegbeschreibung mit Fotos
- Pressereise zur Bischofstour (Kulinarische Tour bzw. Erweiterung nach Röbel)
- Exkursion entlang der Tour mit Anbietern

Rundtouren und Verbindungsstrecken

- Qualitätsentwicklung lokaler und regionaler Touren
- Entwicklung von Tagestouren und Wochenendangeboten basierend auf dem Radwege-Netz der Prignitz (Schwerpunkt Berliner Markt), dazu sind Pauschalen und Sonderangebote nötig
- Darstellung der Kurzreisen im Internet, im Urlaubsjournal und über Pressetipps, Schwerpunkt Individualreisen
- Teilnahme am Radmarketing-Programm der TMB

Thema Natur

Qualitätsentwicklung:

- Angebote und Ausschilderung: Zusammenarbeit mit Biosphärenreservat und Burg Lenzen
- Zusammenarbeit mit pro agro intensivieren (Regionale Produkte, Landurlaub, Reiten)
- Projekt Stellplatzlandschaft Prignitz für Reisemobile
- Fotosession zu Landschaft und Naturerlebnis

Veranstaltungen

- Exkursionen mit der Naturwacht
- Storchenfest

Internet

- Aktualisierung der Darstellung auf www.reiseland-brandenburg.de und über das Grüne Band, Werbung auf Natur- und Landurlaub-Portalen
- Kartenbasierte Darstellung der Landurlaub-Anbieter
- Darstellung von Pauschalen „Lust auf Natur“ und zum Grünen Band

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilungen zu den Störchen, Vogelzug, Exkursionen, Aktionen im Biosphärenreservat, am Stepenitzlauf und im Naturpark Stechlin-Ruppiner Land
- Beteiligung am Naturmarketing-Programm der TMB

Messen und Präsentationen

- Siehe Messeliste, Kooperation mit Biosphärenreservat und Burg Lenzen zur BUGA Schwerin und Spezialmessen

Naturerlebnis allgemein

- fürs Internet zu erarbeiten: Wegbeschreibung mit Fotos für die Naturerlebnispunkte
- Projekt Grünes Band

Reiten

- Kooperation mit pro agro
- Kooperation mit dem Reitfernweg Neustadt-Redefin – Wegequalität, Angebote
- Nachdruck Reitflyer
- Kartenbasierte Darstellung der Reiterhöfe

Wassersport

- Betreuung der Häfen und Kanuanbieter
- Vorbereitung des Nachdrucks „Brandenburgs Blauer Norden“
- TMB-Projekt „Blaues Paradies“
- Internetdarstellung: Tourbeschreibung Kanutouren und Stepenitztouren

Wandern

- Workshop mit den Initiatoren von Wander- und Pilgerwegen zur Qualitätsentwicklung

Thema Kultur

Qualitätsentwicklung:

- Netzwerk für Vereine – Einsatz von MAE-Kräften in den Museen
- Einbeziehung der Betreiber von Sehenswürdigkeiten in die Arbeitskreise

Veranstaltungen

- Zusammenarbeit mit dem Prignitzsommer

Printprodukte allgemein

- Nachdruck Stationsbuch
- Zusammenarbeit mit dem Prignitzsommer
- Flyer „Radeln an der blauen Grenze“ zum Thema 20 Jahre Mauerfall (Arbeitstitel)

Internet

- fürs Internet zu erarbeiten: Überarbeitung der Darstellung der Sehenswürdigkeiten
- Veranstaltungsdarstellung auf www.prignitzsommer.de
- Einbindung TMB-Eventkalender auf www.dieprignitz.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilungen zu Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen
- TMB-Ausflugstipps wöchentlich

Pilgerweg

- Pressereise zum Pilgerweg (Ende März)
- Nachdruck Flyer zum Pilgerweg

Thema Wellness und Gesundheit

Internet allgemein

- Darstellung der Kurstadt Bad Wilsnack und der Therme
- Kartenbasierte Darstellung der Wellness-Anbieter
- In Kooperation mit den Anbietern Bewerbung von Pauschalen und Angeboten

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilungen zu Angeboten
- Themen werden mit weiteren Angeboten untersetzt (Rad, Natur, Kultur)

Messen und Präsentationen

- Siehe Messeliste, Kooperationen mit der Therme und dem Hotel ambiente

Querschnittsthemen

- Kulinarische Prignitz