

***Lausitzer  
Seenland***



*Hier taucht Glück Plus*

# **Marketingplan 2023**

**Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V.**

## I. Allgemeines zum Marketingplan 2023

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 der Arbeitsgemeinschaft Kommunen und den drei thematischen Projektgruppen des TV LSL: PG Kultur, PG Barrierefrei, PG Polen. Gemeinsam mit den AG- und PG-Mitgliedern sowie 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 2023 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 Durchführbarkeit bestimmter Marketingmaßnahmen ist daher abhängig von der allgemeinen Lage und deren Auswirkungen auf den Tourismus. 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

Eva Lau  
Online-Marketing  
Tel. 03573 725300-15  
lau@lausitzerseenland.de

Sindy Brandt  
Projektkoordinatorin  
Netzwerk Industriekultur  
Tel. 01520 6207614  
info@industriekultur-brandenburg.de

Dana Kersten  
Leiterin Touristinformation  
Senftenberg/Hoyerswerda  
Tel. 03573 1499010 /  
03571 2096170  
kersten@lausitzerseenland.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 |
|----------------------------------|------------|---------------|
| Marktforschung Destination Brand | ganzjährig | Seite 8       |

### Marke „Lausitzer Seenland“

| Maßnahme  | Termin     | weitere Infos |
|---|------------|---------------|
| Nutzung der Wort-Bild-Marke „Lausitzer Seenland“ (Logo) | ganzjährig | Seite 8       |
| Nutzung der Illustrationen „Vom Bergmann zum Seemann“   | ganzjährig | Seite 9       |

### Innenmarketing

| Maßnahme   | Termin         | weitere Infos |
|--|----------------|---------------|
| Tourismus-Newsletter   | jeden 2. Monat | Seite 9       |
| Service für Touristiker auf <a href="http://www.lausitzerseenland.de">www.lausitzerseenland.de</a>                                     | ganzjährig     | Seite 9       |
| Microsoft Teams als virtuelle Plattform zur Kommunikation für Marketingausschuss, AG Kommunen, Projektgruppen und Touristinformationen | ganzjährig     | Seite 10      |
| Tourismusnetzwerk Brandenburg und Tourismusnetzwerk Sachsen  | ganzjährig     | Seite 10      |
| Schulungen für Touristiker im Lausitzer Seenland   | ganzjährig     | Seite 10      |
| Tourismus-Stammtische 2023   | Frühjahr 2023  | Seite 10      |
| Tourismustag Lausitzer Seenland  | 30.03.2023     | Seite 11      |
| Seenlandtage im Lausitzer Seenland   | 22.-23.04.2023 | Seite 11      |

|  |               |          |
|--|---------------|----------|
| Arbeit der AG Kommunen und Projektgruppen des TV LSL |               |          |
| Arbeit der AG Kommunen                               | ganzjährig    | Seite 11 |
| Arbeit der Projektgruppe Barrierefrei                | ganzjährig    | Seite 11 |
| Arbeit der Projektgruppe Kultur                      | ganzjährig    | Seite 12 |
| Arbeit der Projektgruppe Polen                       | ganzjährig    | Seite 12 |
| Veranstaltungen der Partner                          |               |          |
| Regionalkonferenz Lausitzer Seenland                 | November 2023 | Seite 12 |

### *Qualitätskampagne*

| <b>Maßnahme</b>                    | <b>Termin</b>            | <b>weitere Infos</b> |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Informationstouren für Touristiker | Frühjahr und Herbst 2023 | Seite 12             |
| Reiseleiter und Gästeführer        | jährlich                 | Seite 13             |
| Zertifizierungen                   | ganzjährig               | Seite 14             |

### *Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen*

| <b>Maßnahme</b>                                      | <b>Termin</b>       | <b>Ansprechpartner</b>   | <b>weitere Infos</b> |
|--|---------------------|--------------------------|----------------------|
| For Bikes Prag                                       | 24. – 26.03.2023    | TV LSL<br>in Kooperation | Seite 15             |
| VELO Berlin  | 06.-07.05.2023      | TV LSL                   | Seite 15             |
| Barrierefreie Messen                                 |                     | TV LSL in<br>Kooperation | Seite 15             |
| Messe-Prospektservice                                | Messesaison<br>2023 | TV LSL                   | Seite 15             |
| Verleih von Messestand-Equipment<br>und Liegestühlen | ganzjährig          | TV LSL                   | Seite 16             |

## Publikationen

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

| Maßnahme  | Erscheinungs-termin | Herausgeber     | weitere Infos |
|---|---------------------|-----------------|---------------|
| Lausitzer Seenland Magazin 2024/25                        | Dezember 2023       | TV LSL          | Seite 17      |
| Faltblatt „Niederlausitzer Bergbautour“                   | I./II. Quartal 2023 | TV LSL          | Seite 17      |
| Broschüre „Die schönsten Radtouren im Lausitzer Seenland“ | II. Quartal 2023    | TV LSL          | Seite 17      |
| Übersichtskarte Lausitzer Seenland                        | II. Quartal 2023    | Wochenkurier    | Seite 18      |
| Publikationen der Partner                                 |                     |                 |               |
| Faltkarte Schiffbare Gewässer                             | 2023                | ZV LSB / ZV LSS | Seite 18      |
| Prospekt- und Lieferservice                               | ganzjährig          | TV LSL          | Seite 18      |

## Presse- und Medienarbeit

| Maßnahme                  | Termin                    | weitere Infos |
|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Presse- und Bloggerreisen | ganzjährig nach Bedarf    | Seite 19      |
| Pressemitteilungen        | ganzjährig, anlassbezogen | Seite 19      |
| Pressedienst überregional | anlassbezogen             | Seite 19      |
| Rechercheunterstützung    | ganzjährig nach Bedarf    | Seite 19      |
| Online-Presseauftritt     | ganzjährig                | Seite 20      |

## Online-Marketing

| Maßnahme                     | weitere Infos |
|------------------------------|---------------|
| Entwicklung der Nutzerzahlen | Seite 20      |
| Onsite-Befragung             | Seite 21      |

|   |          |
|---|----------|
| Anbiereintrag mit Verlinkung auf <a href="http://www.lausitzerseenland.de">www.lausitzerseenland.de</a> | Seite 21 |
| Eintrag in touristischer Datenbank (DAMAS) der TMB, Darstellung im ContentNetzwerk                      | Seite 21 |
| Veranstaltungskalender  | Seite 22 |
| Online-Buchungssystem für Unterkünfte   | Seite 23 |
| Online-Buchung von Erlebnissen und Freizeitangeboten  | Seite 23 |
| Online-Shop   | Seite 24 |
| Digitales Gästeinformationssystem „MeinLausitzerSeenland“   | Seite 24 |
| Newsletter für Endkunden  | Seite 25 |
| Social-Media-Kanäle   | Seite 25 |

### Auslandsmarketing

| Maßnahme  | Termin     | Ansprechpartner                      | weitere Infos |
|---|------------|--------------------------------------|---------------|
| Tschechischer Markt   |            |                                      |               |
| TMB Marktbearbeitung Tschechien                                       | ganzjährig | TMB / TV LSL nach Abstimmung mit TMB | Seite 26      |
| Kontakt zu Übersetzern  | ganzjährig | TV LSL                               | Seite 27      |
| Polnischer Markt  |            |                                      |               |
| Marktforschung - Gästebefragung                                       | ganzjährig | TV LSL, PG Polen                     | Seite 27      |
| Kontakt zu Übersetzern  | ganzjährig | TV LSL                               | Seite 27      |
| Präsentation Lausitzer Seenland auf der MTT Wroclaw (Prospektauslage) | März 2023  | TV LSL in Kooperation mit Görlitz    | Seite 27      |

## Produktentwicklung

| Maßnahme                                 | Termin     | weitere Infos |
|--|------------|---------------|
| Leitprodukte Marke „Lausitzer Seenland“  | ganzjährig | Seite 27      |
| Saisonverlängerung im Lausitzer Seenland | ganzjährig | Seite 28      |
| Familientourismus im Lausitzer Seenland  | ganzjährig | Seite 28      |

## Projekte des TV LSL

| Projekte   | Termin        | weitere Infos |
|--|---------------|---------------|
| ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur /<br>Touristisches Netzwerk Industriekultur in<br>Brandenburg            | ganzjährig    | Seite 29      |
| Barrierefreier Tourismus   |               |               |
| Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit<br>- Landesweites Informationssystem<br>„Brandenburg für Alle“ | ganzjährig    | Seite 30      |
| Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit<br>- Bundesweites Zertifizierungssystem<br>„Reisen für Alle“   | ganzjährig    | Seite 31      |
| Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie<br>Urlaubsziele in Deutschland“                                 | ganzjährig    | Seite 32      |
| STARK-Antrag „Netzwerk Barrierefrei im Lausitzer<br>Seenland“  | ganzjährig    | Seite 32      |
| Welterbeinitiative „Lausitzer Tagebaufolgelandschaft“  | ganzjährig    | Seite 32      |
| Beteiligung an Projekten von Partnern  |               |               |
| „Route der GenussHandwerker“   | Landkreis OSL | Seite 33      |
| „SchlossKulturRoute“   | Landkreis OSL | Seite 33      |
| Machbarkeitsstudie Fernradweg Dresden – Berlin   | Landkreis OSL | Seite 33      |
| TourX  | Landkreis SPN | Seite 33      |
| Potenzialthemen  | ganzjährig    | Seite 33      |

### III. Marktforschung

#### 1. Marktforschung Destination Brand

Der TV LSL hat die Firma inspektour GmbH - Tourismus- und Regionalentwicklung mit der Studienreihe Destination Brand (DB) 2022 mit zwei Teilstudien beauftragt:

##### Studie 1: Messung der Profileigenschaften für den Quellmarkt Deutschland

5 allgemeine Themen - für alle gleich: abwechslungsreich, attraktiv, authentisch/ echt, nachhaltig, gastfreundlich

5 Spezialthemen: aktiv, erholsam/entspannend, familienfreundlich, überraschend, radlerfreundlich

##### Studie 2: Untersuchung der Spontanassoziation

Die Feldarbeit findet im November 2022 statt.

Datenlieferung: Für das Modul 1 (Profileigenschaften) Anfang März 2023 Vorabauszug, Komplettberichtsband ab 28. April 2023, Komplettberichtsband für das Modul 2 (Spontan-Assoziationen) ab 31. März 2023.

Angestrebt wird die Vorstellung der Ergebnisse inkl. Dateninterpretation und Diskussion.

Ansprechpartner: Kathrin Winkler

### IV. Marke „Lausitzer Seenland“

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

Nutzen Sie die Kraft der Marke Lausitzer Seenland und zeigen Sie im Internet und in ihren Druckerzeugnissen, dass Sie ein Teil der Marke Lausitzer Seenland sind. Für alle Mitgliedskommunen, Übernachtungs-, Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen sowie Unternehmen aus dem Lausitzer Seenland steht das Logo kostenlos zur Verfügung. Die Wort-Bild-Marke ist rechtlich geschützt. Um das Logo richtig zu verwenden, müssen einige Vorgaben beachtet werden.

##### a) Werbliche Nutzung in der Kommunikation

- Beteiligungsmöglichkeit:
- Leistungsträger, Gastgeber, Kommunen und Unternehmen aus der Wirtschaft können mit dem Logo auf eigenen Printprodukten, Geschäftspapier, Internetseiten, etc. werben.
  - Eine schriftliche Vereinbarung für die informative bzw. werbliche Nutzung des Logos wird mit dem TV LSL abgeschlossen.
- Kosten:
- Kosten für die Nutzung des Logos fallen generell nicht an

Ansprechpartner: Katja Wersch

##### b) Kommerzielle Nutzung für regionale Produkte

In Kooperation mit dem TV LSL können Unternehmen eigene regionale Produkte oder Verpackungen mit dem Logo Lausitzer Seenland mit oder ohne Claim „Hier taucht Glück Auf“ kennzeichnen lassen.

- Beteiligungsmöglichkeit:
- Leistungsträger, regionale Produzenten und Unternehmen aus dem Lausitzer Seenland können ihre Produkte mit dem Logo labeln
  - Eine schriftliche Vereinbarung für die kommerzielle Nutzung des Logos wird mit dem TV LSL abgeschlossen.
- Kosten:
- Kosten für die Nutzung des Logos fallen generell nicht an

Ansprechpartner: Katja Wersch



## **2. Nutzung der Illustrationen „Vom Bergmann zum Seemann“**

Mit der Kampagne „Vom Bergmann zum Seemann“ will der TV LSL Aufmerksamkeit für den einmaligen Wandel vom Bergbaurevier zur Urlaubsregion mit mehr als 20 Seen und schiffbaren Kanälen schaffen. Die Illustrationen sollen Einheimische und Urlauber die Geschichte des Lausitzer Seenland verständlich und positiv vermitteln. Die Idee dahinter: Illustrationen machen neugierig. Entstanden sind Bilder, die viel erzählen. Die Illustrationen zeigen beispielhaft neue Häfen, Förderbrücken, schwimmende Häuser, Bergbaugeräte, Leuchttürme, Bergmänner, Schiffe und Urlauber, die Radfahren, Baden oder Boot fahren. Sie zieren Postkarten, Bierdeckel, Prospekte, Malbücher, Malvorlagen, Banner und Großflächen.

Weitere Informationen unter [lausitzerseenland.de/kampagne-vom-bergmann-zum-seemann](http://lausitzerseenland.de/kampagne-vom-bergmann-zum-seemann)

- Beteiligungsmöglichkeit:
- Leistungsträger, Gastgeber, Kommunen und Unternehmen können Werbemittel, wie Postkarten, Bierdeckel, Malvorlagen kostenlos bestellen und auslegen. Banner stellt der TV LSL für geeignete Standorte kostenlos zur Verfügung.
  - Leistungsträger, regionale Produzenten und Unternehmen können Illustrationen in ihre Kommunikationsmittel integrieren, eigene Produkte oder Flächen damit gestalten.
- Kosten:
- Die Werbemittel werden kostenfrei zur Verfügung gestellt.
  - Für eigene Neukompositionen: Die einzelnen gestalteten Elemente stellt der TV LSL frei zur Verfügung. Die Kosten für die individuelle Zusammenstellung der Illustrationen durch die Agentur Die Piktografen GmbH und die Produktion übernimmt der Partner.
- Ansprechpartner: Katja Wersch

## **V. Innenmarketing**

### **1. Tourismus-Newsletter**

Der B2B-Newsletter enthält kurz und übersichtlich aktuelle Nachrichten für Touristiker zu relevanten Aktivitäten und Projekten des Tourismusverbandes und seiner Partner, Beteiligungsmöglichkeiten, bevorstehenden Branchenterminen, Weiterbildungsmöglichkeiten sowie weitere Serviceinformationen.

- Beteiligungsmöglichkeiten:
- touristische Anbieter in der Region können sich anmelden auf [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) unter Service für Touristiker
  - Partner können relevante Informationen zuarbeiten
  - Anmeldung unter [www.lausitzerseenland.de/tourismus-newsletter](http://www.lausitzerseenland.de/tourismus-newsletter)

Erscheinungstermin: regelmäßig alle 2 Monate

Abonnenanzahl: Versand an ca. 540 E-Mail-Adressen

Ansprechpartner: Katja Wersch

### **2. Service für Touristiker auf [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de)**

Der Bereich Service für Touristiker 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 Online-Buchungssystem, Nutzungsmöglichkeiten für das Logo Lausitzer Seenland, Tourismuszahlen, Konzepte, Leitfäden, etc.

Ansprechpartner: Katja Wersch, Denise Haynert

### **3. Microsoft Teams als virtuelle Plattform zur Kommunikation für Marketingausschuss, AG Kommunen, Projektgruppen und Touristinformationen**

Die Plattform Microsoft Teams ermöglicht eine effiziente Kommunikation und Austausch in virtuellen Kommunikationsräumen. Alle Protokolle und Termine des Marketingausschusses, der Arbeitsgruppe Kommunen, themenbezogener Projektgruppen und der Touristinformationen werden hier für die Teilnehmenden zu Verfügung gestellt. Die Gruppen dienen als Plattform, auf der über aktuelle und relevante Inhalte informiert und diskutiert werden kann.

Ansprechpartner: Denise Haynert

### **4. Tourismusnetzwerke Brandenburg und Sachsen für Informationen**

Die Tourismusnetzwerke Brandenburg und Sachsen sind B2B-Plattformen für den Brandenburger bzw. Sächsischen Tourismus. Hier findet man die richtigen Ansprechpartner zu jedem Tourismusthema, einen gemeinsamen Veranstaltungskalender der Fachverbände und Tourismusorganisationen, aktuelle Nachrichten, Informationen, Marketingstrategien, Förderungen und Qualitätsinitiativen, Kooperationsangebote, Leitfäden und E-Learnings. Newsletter mit Beiträgen von Tourismusverbänden, Marketingorganisationen, Kammern, Politik und Verwaltung werden an die registrierten Abonnenten versendet.

Webseiten: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)  
[www.tourismusnetzwerk-sachsen.de](http://www.tourismusnetzwerk-sachsen.de)

Ansprechpartner: Tourismusnetzwerk Brandenburg: TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Lynn Ciminski, Tel. 0331 29873573, [lynn.ciminski@reiseland-brandenburg.de](mailto:lynn.ciminski@reiseland-brandenburg.de)

Tourismusnetzwerk Sachsen: Anja Janke, TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Tel. 0351 4917041, [janke.tmgs@sachsen-tour.de](mailto:janke.tmgs@sachsen-tour.de)

### **5. Schulungen für Touristiker im Laus. Seenl. in Zusammenarbeit mit Partnern**

Der TV LSL kommuniziert angebotene Schulungen und Weiterbildungsveranstaltungen der brandenburgischen und sächsischen IHKS, DEHOGA Brandenburg und Sachsen, der Landesmarketingorganisationen und Landestourismusverbände sowie weiterer Fachverbände und Partner. In monatlichen Mailings und im Newsletter für Touristiker werden die touristischen Anbieter, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe über Termine informiert.

Ansprechpartner: Katja Wersch

### **6. Tourismus-Stammtische 2023**

Mit der digitalen Veranstaltungsreihe „Tourismus-Stammtisch“ lädt der TV LSL touristische Anbieter, Kulturanbieter, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Kommunen und Partner zum Austausch ein. Zusammen mit verschiedenen Partnern bietet der Tourismusverband mehrere Online-Veranstaltungen an, um sie über aktuelle Entwicklungen im Lausitzer Seenland zu informieren oder verschiedene Themen intensiver vorzustellen.

Die Teilnahme an den digitalen Tourismus-Stammtischen ist kostenfrei. Die Anmeldung ist bis zum Veranstaltungstag, 10.00 Uhr offen.

Termine/Themen: Januar-April 2023, werden rechtzeitig bekannt gegeben

Teilnehmer: keine Teilnehmerzahlbeschränkung

Ort: digital als Videokonferenz

Dauer: 1-2 Stunden, je nach Thema

Ansprechpartner: Melanie Fliege-Blossey

## **7. Tourismustag Lausitzer Seenland**

Stillstand ist Rückschritt, 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. Der TV LSL veranstaltet für Anbieter aus der Region seinen Tourismustag im Lausitzer Seenland in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern. Der Tourismustag trägt dazu bei, das Qualitätsdenken im Lausitzer Seenland zu verinnerlichen. Zusätzlich bietet er wieder die Möglichkeit des Austauschs der touristischen Partner untereinander und informiert über die aktuelle Arbeit des TV LSL.

Thema: Mitarbeitergewinnung und -bindung (Arbeitstitel)

Termin: **30.03.2023**, 10:00 – ca. 16:00 Uhr

Ort: wird rechtzeitig bekanntgegeben

Kostenbeitrag: wird rechtzeitig bekanntgegeben

Ansprechpartner: Marcus Heberle

## **8. Seenlandtage im Lausitzer Seenland**

Mit den Seenlandtagen lädt der TV LSL gemeinsam mit den regionalen Touristinformationen die einheimische Bevölkerung und Tagesgäste zu Entdeckertouren in das Lausitzer Seenland ein. Am 22.04.2023 sind Informationstouren als Busrundfahrten geplant. Ziel der Ganztags-Erlebnistouren sind touristische Highlights, besondere Sehenswürdigkeiten und Geheimtipps im Lausitzer Seenland. Am 23.04.2023 werden von den lokalen Touristinformationen geführte Rad- und Wandertouren organisiert und angeboten. Der TV LSL übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing. Die Angebote werden auf [www.seenlandtage.de](http://www.seenlandtage.de) präsentiert. Tickets werden in den Touristinformationen und auf der Veranstaltungswebseite verkauft. Hauptfinanziers der Seenlandtage sind die Zweckverbände LSB und LSS.

Termin: 22.und 23.04.2023

Zielgruppe: Einheimische Bevölkerung, Tagesausflügler

Ansprechpartner: Marcus Heberle, für die Kommunikation Katja Wersch

## **9. Arbeit der AG Kommunen und der Projektgruppen des TV LSL**

Die konkrete Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern und Kommunen der Region erfolgt u.a. in der Arbeitsgemeinschaft Kommunen sowie den drei themenspezifischen Projektgruppen des TV LSL: PG Kultur, PG Barrierefrei, PG Polen. Gemeinsam mit den AG- und PG-Mitgliedern und dem Marketingausschuss werden Marketingmaßnahmen abgesprochen, die im vorliegenden Marketingplan berücksichtigt werden.

### **a) 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](mailto:schul-kulturamt@lauchhammer.de),  
Tel.: 03574 488-300

### **b) Arbeit der PG Barrierefrei**

- Informationsaustausch zu deutschlandweiten Aktionen im barrierefreien Tourismus
- Aufbau barrierefreier touristischer Serviceketten im Lausitzer Seenland
- Workshops zur Sensibilisierung und konkreten Angebotsentwicklung

Leiter der PG: wird im Rahmen der nächsten PG gewählt

### **c) Arbeit der PG Kultur**

- Entwicklung eines gemeinsamen Flyers der Kulturanbieter im Lausitzer Seenland
- Übersetzung des Themenjahres 2023 im Lausitzer Seenland mit konkreten Angeboten
- Umsetzung eines gemeinsamen SocialMedia – Facebook-Auftritts

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

### **d) Arbeit der PG Polen**

- Durchführung einer Befragung von polnischen Gästen im Lausitzer Seenland
- Auswertung der Ergebnisse der Gästebefragung
- Auf Ergebnissen aufbauend: Festlegung weiterer Maßnahmen

Leiterin der PG: Diana Priel, d.priel@forst-lausitz.de, Tel.: 03562 989-354

Ansprechpartner: Marcus Heberle

## **10. Veranstaltungen der Partner**

### **Regionalkonferenz Lausitzer Seenland**

Zum Saisonabschluss im Lausitzer Seenland veranstalten die Zweckverbände Lausitzer Seenland Brandenburg und Sachsen die Regionalkonferenz. Die Inhalte der Konferenz stehen mit Herausgabe des Marketingplans noch nicht fest.

Termin: November 2023

Ort: im brandenburgischen Teil des Lausitzer Seenlandes

Zielgruppe: Vertreter der öffentlichen Hand, Teilnahme erfolgt auf Einladung der Zweckverbände

Ansprechpartner: Zweckverband Lausitzer Seenland Brandenburg, Dana Hüttner, Tel. 03573 800-120

## **VI. Qualitätskampagne**

Die Qualitätskampagne im Lausitzer Seenland soll die notwendige Professionalisierung der Anbieter im Tourismus vorantreiben und sie fit für den Wettbewerb machen. Qualitätssicherung und -steigerung sind zentrale Mittel, um Gäste mit herausragenden Leistungen zu überzeugen und dauerhaft an sich zu binden. Gästewünsche kompetent, schnell und freundlich zu erfüllen ist die Basis für eine erfolgreiche Existenz am Markt.

### **1. Informationstouren für Touristiker**

Die Informationstouren sind Veranstaltungen für touristische Anbieter, Reiseleiter und Gästeführer, 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: 2 Touren pro Jahr (Frühjahr und Herbst)

Ziel: Die Auswahl der Tourenziele erfolgt Anfang 2023.

Ansprechpartner: Marcus Heberle, Organisation: TI Forst / TI Guben

## **2. Reiseleiter und Gästeführer**

### **a) Stammtisch**

Gemeinsam mit den regionalen Touristinformationen führt der TV LSL einen Tourismus-Stammtisch für Gästeführer durch. Ziel ist u.a. das Kennenlernen der Gästeführer untereinander zu ermöglichen. Den Stammtisch möchte der TV LSL nutzen, um sich mit Gästeführern und Touristinformationen auszutauschen und um spezifische Themen in der Arbeit mit Reisegruppen zu erörtern.

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Beteiligungsmöglichkeit: | Teilnehmen können alle Reiseleiter und Gästeführer aus dem Lausitzer Seenland, bzw. die Gruppenreisen im Lausitzer Seenland anbieten. |
| Termin:                  | Frühjahr / Herbst 2023 (genauer Termin wird rechtzeitig bekannt gegeben)  |
| Ansprechpartner:         | Marcus Heberle  |

### **b) Weiterbildungen**

Auf Wunsch der Gästeführer im Lausitzer Seenland organisiert der TV LSL zu zwei Themen Weiterbildungsveranstaltungen.

- Energiewende, Kohleabkommen, Strukturwandel – Ein Experte steht Rede und Antwort
- Kommunikation/Methodik - Wie trete ich auf, wie spreche ich vor einer Gruppe?

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Beteiligungsmöglichkeit: | Teilnehmen können alle Reiseleiter und Gästeführer aus dem Lausitzer Seenland, bzw. die Gruppenreisen im Lausitzer Seenland anbieten. |
| Kosten:                  | die Teilnahme ist ggf. kostenpflichtig  |
| Termin:                  | Frühjahr 2023 (genaue Termine werden rechtzeitig bekannt gegeben)   |
| Ansprechpartner:         | Marcus Heberle  |

### **c) Auszeichnung „Offizieller Gästeführer Lausitzer Seenland“**

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 Weiterbildungsprogramm für Reiseleiter/Gästeführer an. Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Programm ist Grundlage für die Auszeichnung als „Offizieller Gästeführer Lausitzer Seenland“.

|                            |  |
|----------------------------|--|
| 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 mindestens <u>einer</u> der Veranstaltungen digitale „Tourismus-Stammtische 2023“ (siehe Pkt. V.6. auf Seite 10) <u>oder</u> „Tourismustag“ (siehe Pkt. V.7. auf Seite 11)<br>- Teilnahme an mindestens <u>einer</u> von 2 Informationstouren für Touristiker (siehe Pkt. VI.1. auf Seite 12) |
| Termin:                    | jährlich   |
| Ansprechpartner:           | Marcus Heberle   |

### **3. 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 Zertifizierungen werden durch den TV LSL unterstützt).

Auf [www.lausitzerseenland.de](http://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: Die DTV-Klassifizierung wird 180 Euro zzgl. MwSt. für drei Jahre betragen.  
Dieser Preis setzt sich zusammen aus einer Lizenzgebühr von 60 Euro sowie einer Prüfungsgebühr von 120 Euro. Für Gastgebende mit mehreren Ferienunterkünften sowie für Folgeklassifizierungen reduziert sich der Preis.

Gültigkeit: Klassifizierung ist drei Jahre gültig

Ansprechpartner: Birgitt Jacob (Senftenberg), Ulrike Haselbauer (Sachsen)

Hier finden Sie Informationen zu weiteren Zertifizierungen:

#### **b) Deutsche Hotelklassifizierung**

[www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de)

#### **c) Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen (G-Klassif.)**

[www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de)

#### **d) ServiceQualität Deutschland in Brandenburg und Sachsen**

[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

#### **e) Qualitäts- und Marketinginitiative „Lausitzer Gastlichkeit“**

[www.brandenburger-gastlichkeit.de/regionen/lausitzer-gastlichkeit](http://www.brandenburger-gastlichkeit.de/regionen/lausitzer-gastlichkeit)

#### **f) Bett & Bike**

[www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

#### **g) Familienfreundliche Erhebungen**

siehe Kapitel XIV.

#### **b) Barrierefreie Erhebungen**

siehe Kapitel XVI.

## VII. Messen / Promotionsveranstaltungen / Präsentationen

Der Fokus der Messebeteiligungen wird auf Radmessen gelegt, da diese effektiver sind und im Gegensatz zu allgemeinen Reisemessen deutlich weniger Streuverluste bei der Gästeansprache aufweisen. Die Standbetreuung wird durch geschultes Personal des TV LSL gesichert. Zusätzlich wird ein Prospektservice auf deutschlandweiten Messen in Anspruch genommen. Touristischen Anbieter und Partnern wird außerdem Prospektmaterial des TV LSL mitgegeben.

Wenn der TV LSL für eine Messe eine Unterausstellermöglichkeit anbietet, 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. For Bikes Prag:** Rad-Endverbraucher-Messe und Fachmesse

Termin: 24.-26.03.2023  
Zielgruppe: Radtouristen, -ausflügler, Käufer, Fachpublikum  
Beteiligungsmöglichkeiten: - Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben  
- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 16)  
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

### **2. VELOBerlin:** Rad-Endverbraucher-Messe und Fachmesse

Termin: 06.-07.05. 2023  
Zielgruppe: Radtouristen  
Beteiligungsmöglichkeiten: - Tourenanbieter, Radreiseveranstalter können als Unteraussteller teilnehmen (begrenzte Anzahl)  
- Anbieter können radspezifische Printmedien zur Auslage mitgeben  
- Prospektservice für touristische Anbieter (siehe S. 16)  
Unteraussteller: noch nicht bekannt  
Ansprechpartner: Melanie Fliege-Blossey

### **3. Barrierefreie Messen**

Teilnahme an verschiedenen Messen im Verbund der AG „Leichter Reisen – Barrierefreie Reiseziele in Deutschland (siehe auch S. 32, wird noch präzisiert)

### **4. Messe-Prospektservices**

Auf folgenden Messen und Präsentationen liegt das Prospektmaterial des TV LSL aus:

|                   |  |
|-------------------|--|
| 14.01.-22.01.2023 | CMT Stuttgart                                    |
| 28.01./29.01.2023 | Reise & Freizeit Münster                         |
| 08.02.-12.02.2023 | oohh! Die FreizeitWelten der Hamburg Messe       |
| 22.02.-26.02.2023 | f.re.e – Die Reise- und Freizeitmesse in München |
| 05.03.2023        | Osnabrücker Fahrradmesse                         |
| 22.03.-26.03.2023 | Freizeit Messe in Nürnberg                       |
| 02.04.2023        | ADFC Radreisemesse Bonn/Siegburg                 |
| 21.05./22.05.2023 | VELO Hamburg                                     |
| 18.08.-20.08.2023 | Urlaubsmesse Hamburg Classics                    |
| 28.10.-31.10.2023 | Reise & Caravan Erfurt                           |
| ganzjährig        | Infopunkt A10-Center Wildau                      |

## **5. Verleih von Messestand-Equipment und Liegestühlen**

Der TV LSL 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)<br>- 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 TV LSL 2023 auch wieder inhaltlich an regionalen und überregionalen Broschüren (z. B. der TMB, der TMGS, von 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](http://www.lausitzerseenland.de) abrufbar.

Eigene oder in Kooperation veröffentlichte Broschüren des TV LSL, die bereits erschienen und 2023 noch aktuell sind:

Lausitzer Seenland Magazin 2022/23 (Herausgabe Januar 2022)

Urlaubskarte Lausitzer Seenland

Übersichtskarte Lausitzer Seenland (Neuaufgabe II. Quartal) 2023

Broschüre „Die schönsten Radtouren im Lausitzer Seenland“ (Neuaufgabe II. Quartal 2023)

Faltblatt „Seenland-Route“ (Herausgabe 2022)

Faltblatt „Niederlausitzer Bergbautour“ (Neuaufgabe 2023)

Faltblatt Oder-Neiße-Radweg (Herausgabe 2022)

Faltblatt Abenteuer Industriekultur (Herausgabe 2022)

Karte Camping- und Wohnmobilstellplätze

Broschüre „Barrierefrei reisen“ und Hörfassung als DAISY-CD

Broschüre Lausitzer Seenland in Tschechisch

Urlaubskarte Lausitzer Seenland in Englisch

Flyer Rätsel-Radtour „Auf den Spuren der Bergmänner und Seemänner“ um den Senftenberger und Geierswalder See



## **1. Lausitzer Seenland Magazin 2024/2025**

Das Lausitzer Seenland Magazin ist das zentrale Begleitmedium für Gäste des Lausitzer Seenlandes. In thematischen Rubriken werden Informationen, Ausflugsziele, Erlebnistipps und touristische Angebote präsentiert. Die Themen werden mit kurzweiligen Geschichten imagewirksam eingeführt. Die Produktion erfolgt durch den Wochenkurier Lokalverlag GmbH & Co. KG.

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Erscheinungstermin:        | Dezember 2023 (4. Auflage)   |
| Akquisestart:              | 04/2023  |
| Anzeigenschluss:           | 15.09.2023   |
| Auflage/Format:            | vsl. 140.000 / 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, <a href="http://www.lausitzerseenland.de">www.lausitzerseenland.de</a> |
| Beteiligungsmöglichkeiten: | touristische Anbieter haben die Möglichkeit sich mit einem redaktionell gestalteten PR-Eintrag mit Text, Foto(s) und Kontaktdaten in den Rubriken Radfahren, Urlaub am Wasser, Landschaft im Wandel, Aktiv, Kultur und Genießen darzustellen   |
| Ansprechpartner:           | Katja Wersch   |

## **2. Faltblatt „Niederlausitzer Bergbautour“**

Die Niederlausitzer Bergbautour ist mit ihren 505 km Länge die ambitionierteste Fernradtour im Lausitzer Seenland, um aktiven Tagebau und Monumente der Industriekultur zu erkunden.

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Erscheinungstermin:      | I./II. Quartal 2023   |
| Auflage/Format:          | 30.000 Stück  |
| 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  |

## **3. Broschüre „Die schönsten Radtouren im Lausitzer Seenland“ (Nachauflage)**

Radfahren ist bei den Gästen im Lausitzer Seenland besonders beliebt. Der kompakte Radtourenplaner präsentiert Seerundwege, Themenradtouren und Fernradwege mit Streckenbeschreibung, Routenskizzen sowie Entdecker- und Gastronomietipps entlang der Strecken. Ergänzt wird die Broschüre durch Serviceinformationen für Radurlauber, wie Tourenanbieter von Radreisen, radlerfreundliche Unterkünfte, Fahrradvermietungen und Kartenempfehlungen.

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Erscheinungstermin:      | II. Quartal 2023   |
| Auflage/Format:          | 50.000 Stück/ A5   |
| Beteiligungsmöglichkeit: | kostenpflichtige Anzeigen für Radreiseveranstalter, Fahrradvermietungen und radlerfreundliche Unterkünfte möglich; Kombipreis in Zusammenhang mit aktualisierter Auflage des Faltblattes „Niederlausitzer Bergbautour“ |
| Vertrieb:                | in den Informationsstellen in der Lausitz, auf Messen und Präsentationen, Internet, etc.   |
| Ansprechpartner:         | Melanie Fliege-Blossey   |

#### **4. Übersichtskarte Lausitzer Seenland (Faltkarte)**

Zur Weitergabe an Gäste vor Ort und zur konkreten Planung die Übersichtskarte als Faltkarte neu aufgelegt. Die inhaltlich detaillierte Karte der Reiseregion Lausitzer Seenland ist auf der Vorderseite platziert. Auf der Rückseite sind Radtourentipps enthalten. Die Übersichtskarte wird durch Anzeigen auf der Rückseite finanziert. Die Produktion erfolgt durch den Wochenkurier Lokalverlag GmbH & Co. KG.

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Erscheinungstermin:        | II. Quartal 2023  |
| Auflage/Format:            | 50.000 Stück / DIN lang   |
| Vertrieb:                  | in den Informationsstellen in der Lausitz, auf Messen und Präsentationen, Internet etc. |
| Beteiligungsmöglichkeiten: | Anzeigen auf Rückseite  |
| Ansprechpartner:           | Marcus Heberle  |

#### **5. Publikationen der Partner**

##### ***Faltkarte Schiffbare Gewässer***

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 einer Faltkarte auf Regeln und Besonderheiten hingewiesen. Neben der Beschreibung der Sichtzeichen und Auszügen aus den Landesschiffahrtsverordnungen wird die aktualisierte Nachauflage Informationen u.a. zu Senftenberger See, Geierswalder See und Partwitzer See beinhalten.

|                     |   |
|---------------------|---|
| Herausgeber:        | ZV LSB und ZV LSS   |
| Erscheinungstermin: | 2023  |
| Auflage/Format:     | DIN lang  |
| Vertrieb:           | in den Hafenmeisterbüros und TIs des Lausitzer Seenlandes und weiterer Partner, auf Webseiten zum Herunterladen |
| Ansprechpartner:    | ZV LSB und ZV LSS   |

#### **6. Prospekt- und Lieferservice für touristische Anbieter und Partner**

Der Tourismusverband stellt interessierten Anbietern und Kommunen aus dem Lausitzer Seenland aktuelle Prospekte für die Auslage auf Messen und Präsentationen sowie in den eigenen Betrieben zur Verfügung. Touristische Anbieter können die Printprodukte kostenfrei im Lager des TV LSL in Senftenberg abholen oder anliefern lassen. Das Bestellformular für Prospektmaterial wird in regelmäßigen Abständen an die Anbieter per E-Mail versendet und ist auf Webseite des TV LSL unter Service für Touristiker zum Download eingestellt.

Für die Auslage in den eigenen Betrieben stellt der TV LSL auch gestaltete Gästemappen 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 des TV LSL bzw. nach Abstimmung mit der Geschäftsstelle |
| Kosten:                  | kostenlos  |
| Ansprechpartner:         | Melanie Fliege-Blossey   |

## **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:           | Katja Wersch  |

### **2. Pressemitteilungen**

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

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

### **3. Pressedienst überregional**

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

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

### **4. Rechercheunterstützung**

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

|                  |              |
|------------------|--------------|
| Ansprechpartner: | Katja Wersch |
|------------------|--------------|

## 5. Online-Presseauftritt

Der TV LSL bietet einen Online-Pressbereich auf der Regionswebsite [www.lausitzerseenland.de](http://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. Online-Marketing

Online-Marketing hat für den TV LSL einen sehr hohen Stellenwert und gewinnt weiterhin an Relevanz. Über digitale Services und Plattformen lassen sich die Zielgruppen der Destination gezielt und in weiten Teilen messbar ansprechen. Ausgangspunkt für alle Online-Marketing-Aktivitäten ist das offizielle Tourismusportal für das Lausitzer Seenland [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de). Es präsentiert sich in einem modernen Look, der die aktuellen Anforderungen an Responsivität und Barrierefreiheit erfüllt. Auf Smartphone, Tablet und Laptop kann der Besucher 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. Es besteht die Möglichkeit der Online-Buchung von Unterkünften und Erlebnissen und auch ein Veranstaltungskalender steht zur Verfügung. Eine interaktive Karte und ein Online-Shop ergänzen den Auftritt. Die Webseite steht detailliert in einer englischen und einer tschechischen Version zur Verfügung.

Unverzichtbar für eine informative und aktuelle Gestaltung der Online-Marketing-Aktivitäten ist auch die Beteiligung von touristischen Anbietern aus dem Reisegebiet. Dadurch erhöht sich nicht nur der Nutzen für die Besucher der Webseite und Kanäle, die beteiligten Anbieter können auch die Regionswebsite als zusätzliche Werbepattform nutzen.

### 1. Entwicklung der Nutzerzahlen von [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de)

Betrachtungszeitraum: November Vorjahr – Oktober laufendes Jahr

| Jahr            | 2019     | 2020      | 2021      | 2022     |
|-----------------|----------|-----------|-----------|----------|
| Nutzer          | 200.406  | 358.559   | 258.897   | 243.238  |
| Seitenaufrufe   | 868.495  | 1.595.600 | 1.169.871 | 980.167  |
| Ø Sitzungsdauer | 00:02:25 | 00:02:15  | 00:02:05  | 00:01:57 |
| Seiten/Sitzung  | 2,89     | 2,8       | 2,79      | 2,52     |

Weitere Aussagen für den Zeitraum November 2021 bis Oktober 2022:

Dreiviertel der Nutzer sind neu (76,2%), ein Viertel sind wiederkehrende Nutzer (23,8%). Die Nutzerzahlen unterliegen saisonalen Schwankungen, v. a. in Abhängigkeit von den Hauptreisezeiten, d.h. die Zugriffe sind in den Sommermonaten (bis zu 39.900 Nutzer) deutlich stärker als im Winter (min. 8.700 Nutzer). Die Anzahl der meisten Seitenbesucher nach Standort lautet: Deutschland (vgl. Vorjahr): 219.150 (246.984), USA: 8.861 (492), Tschechien: 8.204 (3.956), Schweiz: 1.408 (1.175), Niederlande 1.245 (956), Österreich: 1.222 (1.105), Polen: 989 (574).

Für den Besuch der Seite wurden eindeutig mehr Mobilgeräte (64%) als Desktopgeräte (31%) genutzt, am wenigsten fand der Besuch per Tablet (5%) statt.

Die am meisten besuchten Seiten waren im betrachteten Zeitraum in absteigender Reihenfolge: (Startseite), Die Seen, Veranstaltungskalender, Radfahren, Radfahren/Seerundwege, Wasser, Urlaub buchen, interaktive Karte, Bootscharter, Infomaterial

## **2. Onsite-Befragung**

Mittels Onsite-Befragung möchte der TV LSL die Besucher der Website zur Usability (Gebrauchstauglichkeit) und User Experience (Nutzer-Erfahrung) der aktuellen Regionswebsite befragen. Ziel ist es, Informationen in Bezug auf Service, Funktionen, Benutzerfreundlichkeit und Inhalte der Website zu erhalten und die Interessen sowie die Zufriedenheit der Nutzer abzufragen. Anschließend sollen daraus Maßnahmen zur Verbesserung des Nutzungserlebnisses der Webseite abgeleitet und umgesetzt werden. Der Nutzer wird über ein Popup oder Layer zur Teilnahme eingeladen.

Zeitraum: III. Quartal 2023 geplant

Ansprechpartner: Denise Haynert

## **3. Anbietereintrag mit Verlinkung auf [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de)**

In verschiedenen thematischen Kategorien haben touristische Anbieter die Möglichkeit, ihr Angebot mit einem Eintrag auf der Regionswebseite [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) zu präsentieren. Zusätzlich wird der Eintrag auch im Contentnetzwerk dargestellt (siehe 4) und bei thematischen und saisonalen Kampagnen des TV LSL auf der Webseite sowie auf den Social Media-Kanälen berücksichtigt.

Beteiligungsmöglichkeiten: Touristische Anbieter und Einrichtungen, Gastronomiebetriebe und regionale Produzenten können ihr Angebot mit Text, Fotos, vollständigen Kontaktdaten inkl. Verlinkung, ggf. Öffnungszeiten und Preisen darstellen, inkl. Eintrag in interaktiver Karte

Kosten: Die Darstellung für touristische Anbieter ist kostenfrei. Ausnahme bleiben Anbieter, deren Geschäftsadresse sich außerhalb der Gebietskulisse befindet. Die Auswahl der dargestellten Angebote behält sich der TV LSL gemäß Marketingkonzept und Qualitätssicherung vor.

Ansprechpartner: Denise Haynert

## **4. Eintrag in touristischer Datenbank (DAMAS) der TMB, Darstellung im Contentnetzwerk**

Das DAMAS (Datenmanagementsystem) ist die zentrale Datenbank für touristische 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 in den Kanälen des mit der Datenbank verknüpften Contentnetzwerks dargestellt. Im Einzelnen sind das die TMB-Webseite [www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de), über 300 Webseiten und Apps von Partnern (z.B. Deutsche Bahn) und das digitale Gästeinformationssystem MeinLausitzerSeenland (siehe 12). Zusätzlich werden die Anbietereinträge (siehe 3) auf der Regionswebseite aus dem DAMAS gespeist. Die Datenpflege der POIs erfolgt durch die Geschäftsstelle des TV LSL, durch die anerkannten Touristinformationen und durch Ansprechpartner in den jeweiligen Kommunen im Lausitzer Seenland nach festgelegten einheitlichen Qualitätskriterien.

- Neu:** Schrittweise wird die DAMAS-Datenbank (zusammen mit der Event-Datenbank) in das weiterentwickelte Tourism Data Hub überführt. Für Redakteure und Nutzer der Datenbanken werden Schulungen zu den Neuerungen stattfinden. Erste Umstellungen ab Frühjahr 2023
- Beteiligung:** Jeder touristische Anbieter und jede Einrichtung, jeder Beherbergungs- und Gastronomiebetrieb mit touristischer Relevanz kann kostenfrei in der Datenbank eingetragen werden. Benötigt werden Text, Fotos, vollständige Kontaktdaten inkl. Verlinkung, ggf. Öffnungszeiten und Preise.
- Zuständigkeiten:**
- Für Anbieter, deren Eintrag auf [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) sichtbar ist (siehe 3): TV LSL
  - Anbieter, die klassifiziert oder zertifiziert sind oder ein Qualitätssiegel wie ServiceQualität Deutschland, Barrierefrei, Bett & Bike, Lausitzer Gastlichkeit usw. haben: Kommunen/Touristinformationen in Abstimmung mit TVLS
  - Anbieter, sich am Online-Buchungssystem (siehe 6) oder Online Gastgeberverzeichnis (siehe 7) beteiligen: jeweils zuständige Touristinformation nach Standort/Vermittlungsvertrag
  - alle anderen Anbieter: jeweils zuständige Kommune nach Standort, dort entweder komm. Ansprechpartner oder beauftragte Touristinformation
- Ansprechpartner:** Denise Haynert

## **5. Veranstaltungskalender / Event-Datenbank**

Gäste können Veranstaltungen des Reisegebietes Lausitzer Seenland im Veranstaltungskalender auf [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) abfragen. Hier wird die Event-Datenbank der TMB über eine Schnittstelle integriert. Die Veranstaltungstermine werden in die Event-Datenbank der TMB eingegeben.

Die Auspielung der Veranstaltungen erfolgt innerhalb des Contentnetzwerks sowohl auf der Regionswebsite als auch auf [www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de) sowie auf über 300 Webseiten von Reiseregionen, Tourismusverbänden, Orten, in Apps und im digitalen Gästeinformationssystem MeinLausitzerSeenland (siehe 12).

**Beteiligungsmöglichkeiten:**

- Eingabe der Veranstaltungstermine durch zuständige Redakteure (je nach Standort): Anbieter und Veranstalter melden kostenfrei Informationen zu Veranstaltungen per E-Mail an den TV LSL oder die Redakteure:
  - Touristinformationen Senftenberg, Hoyerswerda, Spremberg, Forst und Guben
  - Ansprechpartner in der Mitgliedskommunen ohne eigene Touristinformation
- kostenfreie Eingabe von bis zu zehn Veranstaltungsterminen pro Jahr über ein Onlineformular der TMB: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/touristische-datenbanken-in-brandenburg/veranstaltungsdatenbank-brandenburg/](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/touristische-datenbanken-in-brandenburg/veranstaltungsdatenbank-brandenburg/)
- Login für einen direkten Zugang zur Datenbank für die Eingabe einer unbegrenzten Anzahl an Veranstaltungen  
Kosten: 75,00 Euro netto pro Jahr (für nichtkommerzielle Institutionen und Kommunen kostenfrei)

**Ansprechpartner:** Maria Falkenberg, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Tel. 0331-29873720, E-Mail: [contentnetzwerk@reiseland-brandenburg.de](mailto:contentnetzwerk@reiseland-brandenburg.de)

**Neu:** Schrittweise wird die DAMAS-Datenbank (zusammen mit der Event-Datenbank) in das weiterentwickelte Tourism Data Hub überführt. Für Redakteure und Nutzer der Datenbanken werden Schulungen zu den Neuerungen stattfinden. Erste Umstellungen ab Frühjahr 2023

**Ansprechpartner:** Denise Haynert

## 6. Online-Buchungssystem für Unterkünfte

Ferienunterkünfte im Lausitzer Seenland sind auf dem Tourismusportal [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) online buchbar. Urlauber erhalten exakte Informationen über Verfügbarkeiten und Preise einer Unterkunft zum gewünschten Reiseternin und können diese in Echtzeit buchen. 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. Genutzt wird das System „im-web“ aus dem Haus DS Destination Solutions GmbH.

**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 getätigte Buchung auf den Gesamtnettoumsatz einschließlich Nebenkosten erhoben.

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

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

**Ansprechpartner:** Dana Kersten, Birgitt Jacob, Touristinformation Senftenberg  
Ulrike Haselbauer, Touristinformation Hoyerswerda  
Tobias Hartenstein, Touristinformation Spremberg  
Diana Priel, Touristinformation Forst (Lausitz)  
Katharina Laugks, Touristinformation Guben  
Allgemeine Informationen: Eva Lau

## 7. Online-Buchung von Erlebnissen und Freizeitangeboten

Die Online-Buchbarkeit von Erlebnissen und Tourenangeboten bietet touristischen Anbietern die Chance, sich rund um die Uhr auf der eigenen Website und auf anderen Portalen zu präsentieren. Gerade in der Corona-Pandemie hat die Digitalisierung von Freizeitangeboten einen enormen Schub erfahren (z.B. Onlinebuchung, Zeitfenster-Tickets und Möglichkeiten, Tickets kontaktlos Entwerten). Der TV LSL arbeitet daher mit der Regiondo GmbH im Lausitzer Seenland zusammen, um Erlebnisse zu digitalisieren und online sichtbar zu machen. Die Angebote sind somit über die Regionswebsite, die Anbieterwebsite, auf anderen Portalen und bei weiteren regionalen Partnern, wie unseren Touristinformationen online buchbar.

Für die Einrichtung des Systems und die Aktivierung von Vertriebskanälen werden die Betriebe durch den Support von Regiondo unterstützt. Kunden erhalten zusätzlich Zugang zum Regiondo Kompetenzcenter für Freizeitanbieter mit Webinaren, E-Books, individuellen Beratungsterminen.

Neben der Akquise von Anbietern, die sich der Regiondo GmbH anschließen können, konzentriert sich der TV LSL auch auf die Einführung sogenannter Wiederverkäuferaccounts, dem sich vor allem Touristinformationen, Hotels, u.a. Partner anschließen sollen. Es soll ermöglicht werden direkt vor Ort (in der Touristinformation, im Hotel, etc.) Erlebnisse für den Gast online einzubuchen und somit zu verkaufen. Im ersten Schritt sind die Touristinformationen mit diesem Service gestartet. Nach der Erprobung in 2022 (Auswertung erfolgt 4.Quartal 2022 / 1. Quartal 2023) sollen weitere Institutionen, vorwiegend Hotels angesprochen werden, um sie als Wiederverkäufer zu gewinnen.

|                  |   |
|------------------|---|
| Kosten:          | <p>Fixkosten:<br/> Regiondo ist die Landeslösung für die Online-Buchung von Freizeitangeboten in Sachsen. Als Kooperationspartner der TMGS Tourismus-Marketing Gesellschaft Sachsen mbH und Regiondo erhalten alle Betriebe aus dem Lausitzer Seenland, sowohl aus Sachsen als auch Brandenburg, Sonderkonditionen, um direkt mit dem Online-Verkauf zu starten. Unter anderem sparen sich die Betriebe die Grundgebühr. Kosten entstehen damit nur bei der Buchung.</p> <p>Variable Kosten:<br/> Ticketgebühr pro verkauftes Ticket: 0,49 €<br/> Zahlungsabwicklungsgebühr auf den Bruttobetrag der Buchung/Ticket (Nur bei Onlinezahlung): 3%<br/> Systemgebühr: 5%<br/> Zusätzliche Verkaufsprovision für Buchungen über Vertriebspartner: ab 5%</p> |
| Ansprechpartner: | <p>Allgemeine Information: Eva Lau<br/> Vertragsverhandlungen: Philipp Tuttlies Sales Manager für Anbieter bei Regiondo, Tel. 089 120 840 935,<br/> E-Mail: philipp.tuttli@regiondo.com</p>   |

## 8. Online-Shop

Im Online-Shop werden Radwanderkarten, Souvenirs, Präsente und regionale Produkte 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 über den Online-Shop vertreiben, Kosten auf Nachfrage

Ansprechpartner: Umsetzung und Vertrieb: Dana Kersten

## 9. Digitales Gästeinformationssystem „MeinLausitzerSeenland“

„Was kann ich hier alles machen?“, „Wo kann ich ein Fahrrad mieten?“, „Wann hat das Museum geöffnet?“ – Die häufigsten Fragen ihrer Gäste können touristische Anbieter einfach, digital und kostenfrei beantworten. Dafür gibt es die Gästeinformations-Software „MeinBrandenburg“. Damit werden die Einträge aus den touristischen Datenbanken (POIs, siehe 4 und Veranstaltungen, siehe 5) im Rahmen des ContentNetzwerks an verschiedenen Gästekontaktpunkten vor Ort verfügbar gemacht. Alle Daten aktualisieren sich fortlaufend selbst, es ist keine weitere Pflege der Inhalte nötig.

Das System wird im Lausitzer Seenland unter dem Titel „MeinLausitzerSeenland“ in allen Lizenzen unter dem einheitlichen Logo des Lausitzer Seenlandes dargestellt und ist für alle sächsischen und brandenburgischen Anbieter kostenfrei nutzbar. Alle Ausflugsziele, (Rad-)Touren, Museen, Restaurants, Bootsvermietungen, Radvermietungen, usw. und Veranstaltungen werden in der Software standortbezogen, d.h. in absteigender Entfernung, angezeigt. Rund um die Uhr nutzbar, werden so die touristischen Angebote in der Region noch besser veranschaulicht und nach Nutzerinteressen (Wetter, Zielgruppe, Zeitpunkt) filterbar.

Alle Touristiker können das Gästeinformationssystem unterschiedlich nutzen:

- **Einbindung auf der eigenen Webseite:** Über die Funktion „MiniLausitzerSeenland“ können alle Gästeinformationen aus dem Lausitzer Seenland einfach und kostenfrei als Widget in Webseiten von Anbietern oder Kommunen eingebunden werden. Dabei können Inhalte von bis zu fünf Kategorien (Ausflugsziele, Veranstaltungen, Touren, Unterkünfte, Gastronomie) dargestellt werden



- **Tablet oder Monitor:** Die URL von MeinLausitzerSeenland wird auf einem Kleingerät geöffnet und dieses den Gästen zur Verfügung gestellt (z.B. an der Rezeption)
- **QR-Code oder W-LAN-Landingpage:** Es ist keine Anschaffung einer Hardware erforderlich, da die Gäste die mobilen Geräte selbst mitbringen. Per Aushang, Aufsteller oder W-LAN-Startseite werden die Gäste auf MeinLausitzerSeenland hingewiesen.
- **großformatige Hardware:** Für die Nutzung auf großformatigen Info-Stelen oder Terminals gibt es beim TV LSL auf Anfrage eine Liste mit den technischen Anforderungen.

Aushänge, Aufsteller und Aufkleber zur Information für die Gäste sind beim TV LSL kostenfrei erhältlich.

Kosten: kostenfrei bei Verwendung der Lizenz vom Tourismusverband Lausitzer Seenland e. V.

Ansprechpartner: Denise Haynert

Lizenzvergabe – Diana Zippel, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Tel. 0331-298 73-721, meinbrandenburg@reiseland-brandenburg.de

## 10. Newsletter für Endkunden

Der Newsletter enthält kurz und übersichtlich aktuelle Nachrichten für Endkunden zu touristischen Angeboten, 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 mit Foto im JPEG-Format zuarbeiten, Informationen per E-Mail an TV LSL

Erscheinungstermin: regelmäßig alle 2 Monate

Auflage: Versand an aktuell ca. 1.740 angemeldete E-Mail-Adressen

Ansprechpartner: Katja Wersch

## 11. Social-Media-Kanäle

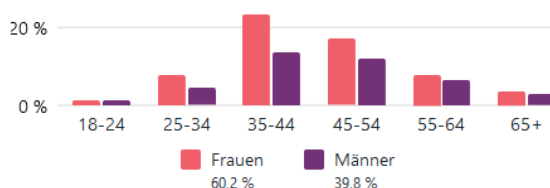
Der TV LSL ist auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram aktiv. Videos für die Verwendung auf der Webseite werden gleichzeitig auf dem Youtube-Kanal *Lausitzer Seenland* hochgeladen. Auf den Social Media-Plattformen TikTok und Pinterest sind Kanäle unter dem Namen *Lausitzer Seenland* reserviert.

### Facebook

www.facebook.com/lausitzerseenland.de, @lausitzerseenland.de

Abonnenten: 10.105 (Stand November 2022, Vgl. 2021: 9.580)

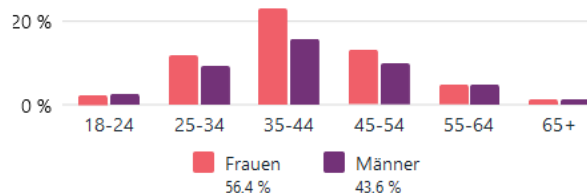
Alter der Abonnenten:



Vergleich 2021: 37,9% - 35-44, 27,1% - 45-54, 14,6% - 25-34, 13,2% - 55-64  
60% Frauen, 40% Männer

## Instagram

www.instagram.com/lausitzerseenland, @lausitzerseenland  
Abonnenten: 4.529 (Stand November 2022, Vgl. 2021: 3.959)  
Alter der Abonnenten:



Vergleich 2021: 38,1% - 35-44, 22,9% - 25-34, 21,2% - 45-54, 8,2% - 55-64, 6,1% - 18-24  
56,8% Frauen, 43,1% Männer

Der TV LSL stellt selbst multimedialen Content her, der angepasst auf den jeweiligen Kanälen ausgespielt wird. Zusätzlich werden relevante Beiträge von touristischen Partnern und Besuchern geteilt, um über Aktuelles aus dem Lausitzer Seenland hinzuweisen und Lust auf einen Besuch der Reiseregion zu wecken. Bei der Themenauswahl legt der TV LSL Wert auf die Umsetzung des Marketingkonzeptes, eine Abwechslung zwischen den genannten Orten im Lausitzer Seenland, den Themen Radfahren, Wasser und Industriekultur sowie der Berücksichtigung aktueller Kampagnen (z.B. Familie und Winter) und Pressemitteilungen.

**Beteiligungsmöglichkeit:** touristische Anbieter können per E-Mail oder auf den Social Media Kanälen relevante Infos, News, Veranstaltungen, Geschichten, Fotos und Videos an den TV LSL zuarbeiten. Der TV LSL behält sich eine redaktionelle Auswahl nach Marketingkonzept vor.

**Hashtags** Alle Anbieter, die Social Media nutzen, sind aufgerufen, ihre Beiträge mit den regionalen Hashtags zu kennzeichnen:  
#lausitzerseenland  
#hiertauchtlückauf

Ein Taggen der Beiträge mit @lausitzerseenland (Instagram) oder @lausitzerseenland.de (Facebook) führt außerdem dazu, dass der TV LSL die Beiträge ebenfalls sieht und entsprechend liken, teilen oder reposten kann.

**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. Die konkrete Umsetzung richtet sich nach den Coronaentwicklungen.

### 1. Tschechischer Markt

#### a) Marktbearbeitung in Tschechien in Kooperation mit der TMB

Die TMB wird 2023 die Marktbearbeitung in Tschechien weiterführen und mit der tschechischen Auslandsvertretung der DZT einen konkreten Aktionsplan umsetzen. Vermarktungsthemen sind Aktivurlaub mit Radfahren und Skaten im Lausitzer Seenland. Der TV LSL ist in Kooperation mit dem ZV LSB Partner der Marktbearbeitung Tschechien.

Termin: ganzjährig  
Zielgruppe: Veranstalter, Reisebüros, Verlage, Presse, Endkunden aus Tschechien  
Maßnahmen: - Messebeteiligung „For Bikes“ in Prag  
- Beiträge in Online-Portalen  
- Facebookseite Objevte Braniborsko  
- weitere Informationen folgen nach konkreter Absprache im März  
Ansprechpartner: Kathrin Winkler

### **b) Kontakt zu Übersetzern**

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

Ansprechpartner: Katja Wersch

## **2. Polnischer Markt**

### **a) Gästebefragung**

Gemeinsam mit der PG Polen führt der TV LSL eine Befragung von polnischen Gästen im Lausitzer Seenland durch. Bei einem quantitativ ausreichenden Rücklauf von Gästefragebögen, erfolgt 2023 die Auswertung der Befragung durch die HS Zittau/Görlitz. Je nach Ergebnis der Marktforschung werden durch die PG Polen weitere Maßnahmen festgelegt.

Ansprechpartner: Marcus Heberle

### **b) Kontakt zu Übersetzern**

Der TV LSL stellt Anbietern die Kontakte von Übersetzern, z.B. für Speisekarten, in polnischer Sprache zur Verfügung.

Ansprechpartner: Katja Wersch

### **c) Präsentation des LSL**

Auf der MTT Wroclaw im März 2023 im Rahmen der Kooperation mit der Stadt Görlitz. (Auslage Infomaterial)

Ansprechpartner: Katrin 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<br>- als Leuchttürme stellvertretend für ähnliche Angebote stehen<br>- in Summe die touristischen Erfahrungen einer Reise oder eines Ausfluges bilden<br>- künftigen Gästen Orientierung geben und Vorbild für die Produktentwicklung sind<br>- 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 <a href="http://www.lausitzerseenland.de">www.lausitzerseenland.de</a> eingepflegt und über die Touristinformationen für eine Erfolgsprovision von 10 % an Gäste vermittelt.  |
| Vertrieb:                  | Internet, Einbindung bei Pressereisen, Promotionsveranstaltungen des Tourismusverbandes  |
| Ansprechpartner:           | Marcus Heberle   |

## **2. Saisonverlängerung 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 TV LSL gemeinsam mit den Anbietern saisonverlängernde Produkte, um die touristische Wertschöpfung auch in den bisher weniger stark nachgefragten Zeiten zu erhöhen. Der Focus im Jahr 2022 liegt dabei in der Entwicklung und Platzierung von Angeboten.

Bereits seit 2017 beteiligt der TV LSL sich an der Herbst- und 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 Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern passende Produkte und saisonale Angebote für einen Besuch des Lausitzer Seenlands in der Vor- und der Nachsaison entwickeln.

Kommunikation über eigene Kanäle Newsletter, Social Media, Landingpage, Pressearbeit

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Vorgehen:                  | Entwicklung von saisonverlängernden Produkten   |
| Termin:                    | ganzjährig  |
| Beteiligungsmöglichkeiten: | Der TV LSL identifiziert die Produktpartner im Lausitzer Seenland. Gemeinsam mit dem Anbieter wird das Angebot qualifiziert. Anbieter mit passenden Angeboten können sich beim TV LSL melden. |
| Vertrieb:                  | digital   |
| Ansprechpartner:           | Marcus Heberle  |

## **3. Familientourismus im Lausitzer Seenland**

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:  | <p>Folgende Maßnahmen sind 2023 vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor-Ort-Erhebung touristischer Anbieter anhand einheitlicher Qualitätskriterien im Lausitzer Seenland</li> <li>• Darstellung erhobener Anbieter/Angebote mit Familien-Piktogramm in Printprodukten und Online</li> <li>• Familienfreundlich erhobene Anbieter erhalten Schild für Außenfassade, das sie als zertifizierten Betriebe kennzeichnet</li> <li>• Bündelung der erhobenen Anbieter in einer zusätzlich eingeführten Rubrik auf der Regionswebseite + Landingpage</li> <li>• Durchführung von Workshops zur gemeinsamen Angebotsentwicklung für die Zielgruppe Familie</li> </ul> |
| Beteiligungsmöglichkeiten:   | <p>nach erfolgreicher Erhebung, kostenfreier Anbiereintrag in der jeweils für den Anbieter passenden Rubrik auf <a href="http://www.lausitzerseenland.de">www.lausitzerseenland.de</a>, zusätzlich Darstellung im Bereich „Familienurlaub“<br/> <a href="https://www.lausitzerseenland.de/de/erleben/familienurlaub.html">https://www.lausitzerseenland.de/de/erleben/familienurlaub.html</a></p>   |
| Termin:  | ganzjährig  |
| Kosten:  | Voraussetzung ist ein Eintrag auf <a href="http://lausitzerseenland.de">lausitzerseenland.de</a> , bzw. für Beherbergungsbetriebe ein Eintrag/eine Beteiligung im Online-Buchungssystem   |
| Ansprechpartner:   | Marcus Heberle  |
| Erhebungen der Freizeiteinrichtungen/Gastronomischen Einrichtungen: Melanie Fliege-Blossey |   |
| Erhebungen der Beherbergungsbetriebe: Touristinformationen                                 |   |

### **XIII. Projekte**

#### **1. ENERGIE-Route der Lausitzer Industriekultur / Touristisches Netzwerk Industriekultur in Brandenburg**

Originalschauplätze der Energiegewinnung haben sich zur »ENERGIE-Route Lausitzer Industriekultur« zusammengeschlossen. Sie stellen damit eine geschichtliche Brücke zur strukturellen Entwicklung der Lausitz als Energieregion her. Im Rahmen der Projektentwicklung erarbeiteten die Partner ein dreistufiges Vermarktungssystem, das auf Produktlichkeit setzt. Alle Stationen 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 und Ausbau des Touristischen Netzwerks Industriekultur wird seit 2016 aus Mitteln des Landes Brandenburg gefördert. Seit dem 1.1.2021 vom Brandenburgischen Kulturministerium (MWFK). Das Kooperationsprojekt ENERGIE-Route ist dem neuen Netzwerk insgesamt als Mitglied beigetreten. Im Oktober 2022 wurde eine Kooperation mit dem Museumsverband des Landes Brandenburg (MVB) geschlossen. Ziel der Vereinbarung ist, bei der Produktentwicklung und der Vermarktung von touristischen Angeboten der Industriekultur und Technikmuseen enger zusammenzuarbeiten und dadurch die Industriekultur im Bundesland insgesamt zu stärken.

Vorgehen: Das Projektmanagement für die ENERGIE-Route ist seit 2015 beim TV LSL angegliedert. Für das Projektmanagement des Touristischen Netzwerk Industriekultur in Brandenburg wirkt der TV LSL seit 2016 als geschäftsführender Träger.

Folgende Maßnahmen sind 2023 u.a. vorgesehen:

- Gemeinsame Gestaltung und Vermarktung „Tage der Industriekultur Brandenburg (AT)“ als nachhaltiges Veranstaltungsformat mit dem MVB
- Vermarktung Entdeckertouren (10 ENERGIE-Route) und Audioguides (2 ENERGIE-Route)
- Stärkung der Zusammenarbeit mit den Reiseregionen BB
- Stärkung der überregionalen Kommunikation des Themas Industriekultur als Ausflugsziel
- Unterstützung / Durchführung von Pressereisen
- Ausbau Social Media Aktivitäten in Facebook und Instagram
- Weiterentwicklung Website [www.industriekultur-brandenburg.de](http://www.industriekultur-brandenburg.de)
- Erstellung eines Printproduktes zur Industriekultur BB

Beteiligungsmöglichkeiten: Die Mitglieder der ENERGIE-Route und des landesweiten Netzwerks bringen sich mit ihrer Produktentwicklung, bei Angeboten und Marketingmaßnahmen ein.

Termin: ganzjährig

Ansprechpartner: Sindy Brandt

## **2. 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.

### **2.1 Erhebung von Detailinformationen zur Barrierefreiheit**

#### **a) Landesweites Informationssystem „Brandenburg für Alle“**

Der TV LSL bietet gemeinsam mit der TMB allen touristischen Leistungsträgern im gesamten Lausitzer Seenland (gilt auch für Anbieter aus dem sächsischen Gebiet) die Möglichkeit, ihre barrierefreien Angebote detailgetreu zu erheben.

Inhalte: Die Infos sind Bestandteil des landesweiten Content-Netzwerks und werden an verschiedenen Stellen ausgespielt, z.B.:

- Eintrag in die Informationsplattform [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://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 Darstellung auf der Regionswebseite [www.lausitzerseenland.de](http://www.lausitzerseenland.de) und auf Infostelen und Touch-Points vor Ort (derzeit noch als Verlinkung zu [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.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 ausgewählter erhobener barrierefreier Freizeitanbieter in der Broschüre „Sachsen Barrierefrei“ sowie in der Onlinepräsentation auf [www.reiseland-sachsen.de](http://www.reiseland-sachsen.de) der TMGS.

Beteiligungsmöglichkeiten: Beherbergungs-, Gastronomiebetriebe und Freizeitanbieter

Termin: ganzjährig

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.tourismusnetzwerkbrandenburg.de/barrierefrei/kennzeichnungen/](http://www.tourismusnetzwerkbrandenburg.de/barrierefrei/kennzeichnungen/)  
[www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)  
[www.reiseland-brandenburg.de/brandenburg-fuer/menschen-mit-handicap/](http://www.reiseland-brandenburg.de/brandenburg-fuer/menschen-mit-handicap/)

Ansprechpartner: Marcus Heberle  
TMB: Kerstin Lehmann, Tel. 0331 / 29873 786,  
[kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de](mailto:kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de)

## **b) Bundesweites Zertifizierungssystem „Reisen für Alle“**

Seit ein paar Jahren gibt es mit "Reisen für Alle" eine bundesweit einheitliche Kennzeichnung im Bereich Barrierefreiheit. Auch hier werden detaillierte Informationen zur Barrierefreiheit von (nicht nur) touristischen Angeboten erhoben und online veröffentlicht, wie auch beim landesweiten Informationssystem "Brandenburg für Alle". Zum Einsatz kommen jedoch andere, bundesweit gültige, Erhebungsbögen. Außerdem werden die erfassten Daten nach Qualitätskriterien bewertet und die Anbieter entsprechend mit unterschiedlichen Piktogrammen/ Bewertungsstufen zertifiziert. Es handelt sich also um ein Informations- und Bewertungssystem. Seit 2020 sind auch TMB und TMGS Lizenznehmer von "Reisen für Alle" geworden. Interessierten Betrieben ist es also nun möglich, sich auch nach dem bundesweiten System erheben und zertifizieren zu lassen. Der Preis für die Erhebung und Zertifizierung richtet sich nach Betriebsgröße und Anzahl der zu prüfenden Bereiche. Um den Umfang und die Zertifizierungskosten abschätzen zu können, wurden Größenklassen eingeführt und typische Angebote beschrieben. Diese grobe Übersicht finden Sie online. Bei Interesse wird Ihnen ein individuelles Angebot erstellt.

Weitere Informationen: [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei/kennzeichnungen/](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei/kennzeichnungen/)

Ansprechpartner: Marcus Heberle  
TMB, Kerstin Lehmann, Tel. 0331 / 29873 786,  
[kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de](mailto:kerstin.lehmann@reiseland-brandenburg.de)  
TMGS, Antje Rennack, Tel. 0351 / 49 17 0-28,  
[rennack.tmgs@sachsen-tour.de](mailto:rennack.tmgs@sachsen-tour.de)

## **2.2 Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen - Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“**

Seit 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. Zu den Marketingaktivitäten gehören u.a. die AG-Webseite, Newsletter, Social Media, Pressearbeit, Anzeigenschaltungen und Beteiligung an ausgewählten zielgruppenspezifischen Messen.

### **Internet**

#### **[www.leichter-reisen.info](http://www.leichter-reisen.info)**

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 Erhebungsbogen 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. Erfassungsbogen anfordern.

Kosten:                           kostenfrei

Termin:                           ganzjährig

Ansprechpartner:               Katja Wersch

### **2.3 STARK-Antrag „Netzwerk Barrierefrei im Lausitzer Seenland“**

Über das Strukturförderprogramm STARK hat der TV LSL einen Antrag eingereicht. Primär stehen der Aufbau und die Verstärkung der Arbeit eines Netzwerks für Barrierefreiheit im Lausitzer Seenland im Focus des Projektes. Für die professionelle Netzwerkarbeit wird die Stelle einer Netzwerkmanagerin geschaffen. Das Projekt hat eine Laufzeit von drei Jahren. Folgende Inhalte sollen u.a. erarbeitet werden:

- Analyse des Status Quo
- Durchführung eines Benchmarks mit barrierefreien Regionen
- Sensibilisierung barrierefreier Akteure, Einbindung von Betroffenen aus der Region
- Aufbau und Pflege des konkreten Netzwerks
- Beratung von touristischen Anbietern und Kommunen
- Workshops und Schulungen der regionalen Akteur:innen im Rahmen des Netzwerks
- Organisation und Durchführung von Fachveranstaltungen B2B und B2C
- Erhebung barrierefreier Einrichtungen nach den Kriterien nach „Reisen für Alle“
- Coaching von touristischen Anbietern
- Entwicklung von Angeboten entlang der barrierefreien touristischen Servicekette
- Zertifizierung des Lausitzer Seenlandes als „Barrierefreie Region“ nach „Reisen für Alle“
- kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit, Beteiligung an Spezialmessen
- Sensibilisierung der jungen Bevölkerung durch gemeinsame Projekte
- Erstellung eines Printproduktes

Ansprechpartner:               Eva Lau

### **3. Welterbeinitiative „Lausitzer Tagebaufolgelandschaft“**

Im Rahmen des Förderprogramms "Wandel durch Innovation in der Region" (WIR!) bearbeitet der TV LSL gemeinsam mit den Partnern BTU Cottbus-Senftenberg, Institute for Heritage Management GmbH, Sorbischen Institut e.V. sowie Institut für Neue Industriekultur INIK GmbH, das Projekt „Strategie- & Managemententwicklung für die Welterbeinitiative der Lausitzer Tagebaufolgelandschaft“. In Vorbereitung auf eine mögliche Aufnahme auf die fortgeschriebene Tentativliste trifft das beantragte Verbundvorhaben notwendige Vorbereitungen hinsichtlich Fragen des Managements, des Schutzes, der Partizipation und des Tourismus, um das „Werkzeug Welterbe“ bestmöglich für die Region nutzen zu können.

Die Schwerpunkte des TV LSL im Rahmen des Projektes sind:

- Entwicklung eines Marketingkonzeptes für die Lausitzer Tagebaufolgelandschaft
  - Analyse der Zielgruppen und des Marktes für das Produkt Tagebaufolgelandschaft
  - Erstellung einer zielgruppenorientierten Kommunikationsstrategie
  - Ableitung einer Produktentwicklungsstrategie
  - Entwicklung einer Vertriebs- und Servicestrategie für die Kulturmarke



- Sicherstellung der Nachhaltigkeit des Vorhabens basierend auf
  - der Einbindung wichtiger Akteur:innen,
  - Verankerung in bestehende Strukturen und Strategien (regional und landesweit- Bundesland Brandenburg und Sachsen)

Ansprechpartner: Marcus Heberle

#### **4. *Beteiligung an Projekten von Partnern***

##### **a) „Route der GenussHandwerker“ (Landkreis OSL)**

Es soll eine touristische Radroute entwickelt werden, welche eine Vielzahl regionaler Produzenten von Genussmitteln und Kleinkünstlern verbindet. Die Route soll Menschen vorstellen, die in der Region mit kreativen Einzigartigkeiten ihr Können zum Verkauf anbieten. Dies müssen nicht immer unternehmerisch tätige Hersteller sein, auch z.B. Hofläden, Imker und Hobbykünstler, die ihre Werke anbieten, gehören dazu. So sollen Besucher regionale Traditionen und Einzigartigkeiten erlebnisreich erkunden können.

##### **b) „SchlossKulturRoute“ (Landkreis OSL)**

Es soll eine touristische Radroute entwickelt werden, welche vor allem die Geschichte der Kulturstätten und dessen Bewohner vor der Industrialisierung des 19. Jh. thematisiert und erlebbar macht. Diese Route soll analog abgebildet werden, sowie auch digital zur Verfügung stehen. Eine Route, die Schlösser, deren Geschichte und Bedeutung für die Region offenlegt und vernetzt, kann nachhaltig den Blick auf die eigene Vergangenheit verändern und eine Wissenslücke zum Thema Schlosskultur der Lausitz schließen.

##### **c) Machbarkeitsstudie Fernradweg Dresden – Berlin (Landkreis OSL)**

Um die hohen Qualitätsanforderungen der Radwegeinfrastruktur der Verbindung der zwei Hauptstadtregionen Berlin-Dresden über das Lausitzer Seenland und den Spreewald zu sichern und den Komfort gerecht zu werden, soll eine Handlungsgrundlage für zukünftige Investitionen geschaffen werden.

Ansprechpartner: Daniela Lehmann, Sonderprogramme Landkreis Oberspreewald-Lausitz, Tel. 03573 870-5122, daniela-Lehmann@osl-online.de

##### **d) TourX (Landkreises Spree-Neiße)**

TourX hat es sich zum Ziel gemacht, Spitzenleistungen im Tourismus durch die Anpassung des Qualifikationsangebotes an dynamische wirtschaftliche und soziale Veränderungen zu schaffen. Bildungsanbieter sind dabei Teil des Projektes und arbeiten gezielt mit. Am Ende des Projektes soll eine Bildungs- und Wissensplattform für die Tourismusbranche entstehen.

Ansprechpartner: Nicole Schlenger, Sachbearbeiterin Tourismus, Landkreis Spree-Neiße, Tel. 03562 98616161, n.schlenger-bauplanungsamt@lkspn.de

#### **5. *Potenzialthemen***

2023 wird der TV LSL die nachfolgenden Themen recherchieren und eine künftige Bearbeitung und Vermarktung ergebnisoffen prüfen.

- Filmtourismus
- Urlaub mit Hund
- Gruppen
- MICE
- Hochzeitslocations
- Online-Buchbarkeit von Campingplätzen

## **Zusammenarbeit und 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“  
Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft  
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)  
DTV Deutsche Tourismusverband e.V.  
Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH  
Filmnächte KRABAT-Mühle Schwarzkollm gGmbH  
Hochschule Zittau/Görlitz  
Industrie- und Handelskammer Cottbus  
Industrie- und Handelskammer Dresden  
Klinikum Niederlausitz GmbH  
Kommunale Wohnungsgesellschaft mbH Senftenberg  
Kulturland Brandenburg e.V.  
Landestourismusverband Land Brandenburg e.V. (LTV)  
Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV)  
Landkreis Bautzen  
Landkreis Oberspreewald-Lausitz  
Landkreis Spree-Neiße  
Lausitz Festival  
LMBV – Lausitzer und Mitteldeutsche Bergbau-Verwaltungsgesellschaft mbH  
Lausitzer Seenland Klinikum GmbH  
Lokale Aktionsgruppe LEADER-Region Lausitzer Seenland e.V.  
Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH  
Museumsverbandes des Landes Brandenburg e.V. (MVB)  
Oberstufenzentrum Lausitz  
Ostsächsische Sparkasse Dresden  
pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.  
Sachsenmilch Leppersdorf GmbH  
Sparkasse Niederlausitz  
Stadt Cottbus  
TGG Neisseland  
Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)  
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)  
Tourismusnetzwerk Brandenburg  
Tourismusverband Elbe-Elster-Land e.V.  
Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V.  
Tourismusverband Spreewald e.V.  
Wohnungsgesellschaft mbH Hoyerswerda  
Zweckverband Lausitzer Seenland Brandenburg  
Zweckverband Lausitzer Seenland Sachsen

Die Auflistung der Kooperationspartner erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.