



Marketingplan 2016 des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e. V.

Aufgabenstellung:

Die Hauptaufgabe des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V. ist es, die Tourismusregion von der Halbinsel bis ins Binnenland bei Urlaubern in Deutschland und in Europa bekannt zu machen. Das Wirken des Tourismusverbandes soll hauptsächlich in den Quellmärkten der Gäste spürbar sein.

Neben der operativen Marketingarbeit nimmt auch die Lobbyarbeit zu bestimmten Themen wie z.B. Fahrpreisloser ÖPNV für Gäste der Region, einen Teil der Arbeit des Tourismusverbandes Fischland-Darß-Zingst e.V. ein.

Ein Leitbild unterstützt uns, die Ziele nicht aus den Augen zu verlieren:

Wir wollen eine attraktive und unverwechselbare Urlaubsregion durch ein gezieltes Marketing stärken.

Wir schaffen eine einheitliche, starke Marke, die sich durch ein aktives, gut verzweigtes Netzwerk von Mitgliedern in der Region auszeichnet.

Wir stehen für einen gewissenhaften Umgang mit den natürlichen Ressourcen unserer Region und wollen den Tourismus erfolgreich, doch verantwortungsvoll im Einklang mit unserer einzigartigen Natur gestalten.

Wir leben Gastfreundschaft, Servicequalität und norddeutsche Herzlichkeit. Die traditionelle Kultur und Lebensart der Region begleitet uns in allen Bereichen.

1. Internetaktivitäten

Die Internetseite fischland-darss-zingst.de befindet sich in ständiger und stetiger Bearbeitung.

Projekt: Suchmaschinenoptimierung für Website fischland-darss-zingst.de

- bessere Auffindbarkeit bei Google
- Realisierung über Agentur
- Kosten: ca. 1.500,- €

Projekt: Online-Veranstaltungskalender

- Mittel: Ausbau des Kalenders durch Einbindung weiterer Orte und Veranstalter, Ticketverkauf? -> Möglichkeiten beim TMV abklopfen
- Ziel: Einpflege der Veranstaltungen direkt beim TMV, um dann auf Daten des TMV zurückzugreifen

Projekt: Online-Gastgeberverzeichnis

- Erweiterung des Online-Gastgeberverzeichnisses mit Einträgen
- stetige Bearbeitung der Einträge und der Programmierung
- Kosten: ca. 2.000,- €

Projekt: Website deutscheostseekueste.de

- Kooperation mit dem Verband Mecklenburgische Ostseeküste sowie weiteren Regionen an der Ostsee

Projekt: Präsentation (redaktionell oder Bannerschaltungen) auf themenspezifischen Webseiten zum Schwerpunktthema „Natur“

- Schwerpunktthema „Natur“ auf relevanten Webseiten präsentieren und Einzigartigkeit der Natur in der Region Fischland-Darß-Zingst herausstellen
- Kosten: ca. 3.000,- €

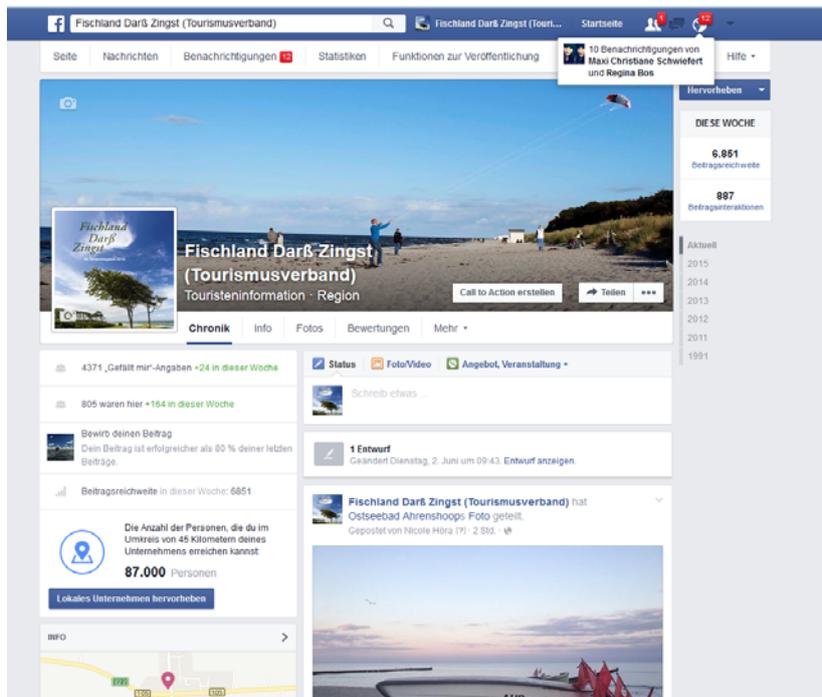
1.1. Social media ausbauen

Blogs für Marktbeobachtung und -analyse nutzen, zielgerichtete Kommunikation in Facebook, flickr etc.

Entwicklung eines Arbeitsplanes in Bezug auf Werbeschaltungen z.B. bei Facebook

- ➔ Gezielte Ansprache von Zielgruppen zu bestimmten Themen in bestimmten geographischen Regionen -> Kosten: ca. 1.5 00,- €

Blogs zu Themen wie Surfen (Ansprache von jungen Leuten) oder Natur & Radfahren aktiv bespielen. Hierfür Personen (Einheimische oder Gäste) gewinnen, die Beiträge zu den themenspezifischen Blogs beitragen.



2. Neue Produkte schaffen

Um neue Klientel zu erschließen, die Jahreszeiten mit hohem Erholungseffekt promoten.

Verstärkte Kooperation mit dem TMV bei den Akquisetätigkeiten zu den neuen Produkten für die Urlaubswelten und bei den Winterangeboten
Produktentwicklung im Rahmen der Urlaubswelten des TMV

Projekt: „Henk auf Reisen“ – Hörbuch als Reiseguide für Gäste

- Ca. 30-minütiges Hörbuch, gelesen von verschiedenen Stimmen (Möwe Henk, Biberdame Rosalie, Off-Sprecher)
- Präsentation der einzelnen Orte in ca. 3 – 4-minütigen Sequenzen, dazu Darstellung/Anteasern von Highlights (Kunstmuseum, Darßer Ort, etc.)
- Spannende Erzählungen über die Region, um die Reisezeit zu verkürzen (bei langer Autofahrt)
 - ➔ 80 – 90% der Gäste reisen mit dem Auto an
- Begleitung des Hörbuches mit einem Booklet (5.000 Stück), in dem weitergehende Informationen zu finden sein werden
- Produktion des Hörbuches auf CDs (5.000 Stück) und als Downloadlink
- Erscheinungstermin: Saisonstart 2016
- Förderung über LEADER, Eigenanteil: 7.100,- €
- Gegenfinanzierung: 2,- € pro verkaufter CD bzw. Downloadlink, für 2016 geschätzt 2.000,- €

OPTIONAL:

Projekt: Marketingkooperation „Best of Wandern“

- Herausstellung der Region Fischland-Darß-Zingst als Wanderdestination
- FDZ wäre die erste und einzige Region im Norden innerhalb der Kooperation
- Best of Wandern:
 - Marketing durch die Partner und Austausch untereinander
 - Marketing durch den Vertriebspartner Dertour
 - Pressearbeit und Anzeigenschaltung
 - Erstellung verschiedener Printprodukte
 - Marketing durch Internet-Versandhändler pm outdoor
 - Umsetzung professioneller Fotoshootings
 - Nutzungsrechte der Fotos für eigene Marketingzwecke
 - Präsentation im Internet und Social Media
 - Installation eines Testcenters mit Wanderequipment in der Region
- Laufzeit: 2 Jahre
- Kosten für 2016: 10.000,- €

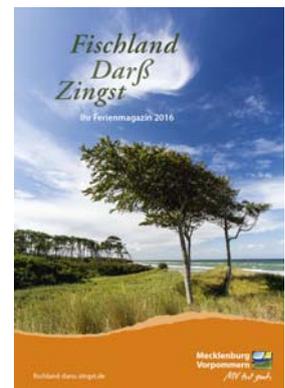
Projekt: Bearbeitung des internationalen Marktes

- Mittel:
 - Kooperation mit TMV laut Marketingplan des TMV (Schweiz, Österreich, Luxemburg, etc.)
 - Pressereisen in die Region mit ausländischen Journalisten
 - Studienreisen mit ausländischen Reiseveranstaltern über die DZT
 - Kosten: ca. 2.500,- €

3. Bewährte Produkte festigen und weiter entwickeln

Projekt: Ferienmagazin 2017

- Ziel: Produkt mit Alleinstellungsmerkmalen verbessern
- Mittel:
 - Kombination von Online & Print herausstellen
 - Layout fokussieren auf Alleinstellungsmerkmale
 - Umsetzung der Anzeigen auf fischland-darss-zingst.de
 - Neue Preisgestaltung im Heft: Angabe von Wochenpreisen
- Vertrieb: Messen, Versand an Endkunden, innovative Vertriebswege, über Reisebüros
- Auflagenhöhe: 100.000 Stück
- Akquisestart: April 2016
- Erscheinungstermin: September 2016
- Kosten: ca. 85.000,- €
- Einnahmen: ca. 220.000,- €



Projekt: Kurkarte/Kurkartenflyer

- Ziel:
 - Mehrwert der Kurkartennutzung für Gäste darstellen
 - einheitlich gestaltete Kurkarte für die Region Fischland-Darß-Zingst
 - im Flyer aufführen, was über Kurabgabe finanziert wird in den einzelnen Orten
 - Layout Kurkarte für elektronische Kurkarte anpassen
- Mittel: Flyer
- Auflagenhöhe: 140.000 Stück
- Start Bearbeitung: November 2015
- Erscheinungstermin: Januar 2016
- Kosten: ca. 5.000,- €
- Einnahmen: ca. 14.000,- €
(inkl. 10.000,- € Einnahmen für die Anzeige auf der Rückseite der Kurkarte)



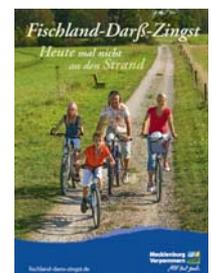
Projekt: Naturklänge 2016

- Ziel:
 - Musikalisches Highlight der Region stärker herausstellen
 - Erfolg halten und ausbauen
- Mittel:
 - Antrag bei der NDR-Kulturförderung für eine Förderung in 2016 ist gestellt
 - Medienkooperation mit NDR und Medienpräsenz beim NDR ausbauen (Rundfunk & TV)
 - Sponsorengewinnung für einzelne Veranstaltungen oder für gesamte Konzertreihe
 - Flyer (10.000 Stück), Anzeigen, Banner, Plakate, Presse
 - Thema 2016: Natur?
- Zeitraum: Mai bis September 2016
- Kosten Marketing: ca. 7.000,- €
- Kosten Medienkooperation: ca. 3.000,- €
- Einnahmen aus 4.000 verkauften Karten: ca. 12.000,- € (im besten Fall)



Projekt: Flyer „Heute mal nicht an den Strand“

- Ziel: Schlechtwettervarianten, Urlaubsqualität sichern, Vertrauen aufbauen in die Angebote der Region
- Mittel:
 - Neuauflage des Flyers „Heute mal nicht an den Strand“
 - Markierung der Angebote, die auch in der Nebensaison verfügbar sind
- Auflagenhöhe: 20.000 Stück
- Erscheinungstermin: Frühjahr 2016
- Kosten: ca. 1.500,- €



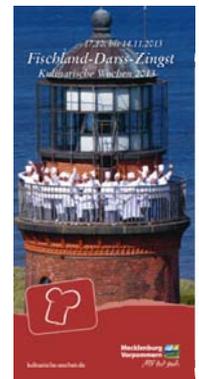
Projekt: Auszeit am Meer – Winter- und Frühjahrsangebote

- Mittel: Darstellung der Angebote auf der Website fischland-darss-zingst.de
- Online-Stellung: Oktober 2016



Projekt: Kulinarische Wochen 2016

- Ziel:
 - Thema „Kulinarik“ in der Region stärker herausstellen und Reiseanlässe für die Gäste schaffen
 - saisonverlängernde Maßnahme von der touristische Leistungsträger in der Region profitieren
- Mittel:
 - Überarbeitung bzw. Neuaufstellung des Konzeptes in enger Zusammenarbeit mit den Gastronomen
 - Flyer (10.000 Stück), Anzeigen, Banner, Plakate, Presse
 - neue Vermarktungsansätze finden
 - Sponsorengewinnung
- Zeitraum der Veranstaltungen: Mitte Oktober bis Mitte November 2016
- Zeitraum für Überarbeitung des Konzeptes: Anfang 2016
- Kosten: xxx,- €



Projekt: Broschüre „Museen der Region Fischland-Darß-Zingst und Umgebung“

- Ziel: Gästezahlensteigerung in den Museen
- Mittel: Broschüre DIN lang
- Erscheinungstermin: zur Saison 2016
- Kosten werden unter den Museen aufgeteilt, der Tourismusverband übernimmt koordinierende Funktion

Projekt: Übersicht Fahrpläne

- Ziel: alle Fahrpläne übersichtlich präsentiert in einem Flyer -> Bus, Fahrgastschiff, Zug, „Darßbahn“
- Mittel: Broschüre oder Flyer DIN lang
- Erscheinungstermin: zur Saison 2016
- Kosten: ca. 1.500,- €

4. Qualitätsmanagement

Qualitätsmanagement als Chance und Notwendigkeit. Sicherung höchster Standards in allen touristischen Bereichen als Beitrag zur Gästezufriedenheit.

Gewinnung der einzelnen Anbieter zur Zertifizierung bzw. Klassifizierung.

Schulungsangebote nutzen. Profitieren von vorhandenen Netzwerken.

- ServiceQualität Deutschland
 - Zertifizierung der Tourismusinformationen mit dem „i“ des DTV
 - Deutschen Hotelklassifizierung
 - Klassifizierung der Ferienwohnungen und Privatzimmer entsprechend der Kriterien des DTV e.V.
 - Klassifizierung der Campingplätze nach den Richtlinien des BVCD
 - Qualitätsmanagement Wassertourismus
 - Qualitätsmanagement Jugendreisen
 - Wellnesszertifizierung
 - Qualitätsmanagement Familienurlaub
 - ECO Camping
 - Qualitätsmanagement Barrierefrei – QMB
- Präsentation der touristisch relevanten Qualitätssiegel auf der Website fischland-darss-zingst.de mit Erwähnung der Mitglieder, die sich bereits ein Qualitätssiegel erarbeitet haben
Realisierung: Frühjahr 2016

Projekt: Weiterbildungsinitiative 2016/2017

- Fortführung der erfolgreichen Weiterbildungsinitiative
- Erarbeitung der Kursthemen und enge Absprache mit dem Förderinstitut
- Weiterhin gute Zusammenarbeit mit den touristischen Anbietern in der Region in Bezug auf Verpflegung der Kursteilnehmer und Räumlichkeiten
- Kosten: ca. 2.000,- €

5. Langfristige Strategien konzeptionell erarbeiten

Hier nimmt der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e.V. eine unterstützende Position ein. Der Tourismusverband stößt Themen an und arbeitet mit der Politik, Verbänden und Vereinen zusammen.

Projekt: Kraft bündeln durch Netzwerke

Zusammenarbeit mit TMV und den Kompetenznetzwerken der Urlaubswelten, mit dem Bäderverband MV, mit dem Campingverband MV, Nationalpark etc. vertiefen. Innerhalb des Landkreises Position beziehen und mit Rügen und Stralsund gemeinsame Lösungen zur Vermarktung innerhalb des Kreises suchen. Themen- und projektbezogene Zusammenarbeit mit allen Kurverwaltungen und Orten der Region.

Projekt: Kostenfreier ÖPNV für Kurkartengäste

Durch einen kostenfreien ÖPNV für Kurkartengäste werden die Straßen entlastet. Der ÖPNV kann sein Angebot optimieren und gegebenenfalls auch ausbauen. Die Umwelt wird nachhaltig geschützt, was gerade in einer Nationalparkregion äußerst wichtig ist. Zusammenarbeit erfolgt mit dem Öffentlichen Nahverkehr, mit Unterstützung durch Kreis Und Ministerien des Landes Mecklenburg-Vorpommern(Energieministerium, Wirtschaftsministerium). Start der Gespräche war 2015. Weitere Gespräche und die Evaluierung laufen in 2016.

6. Messe-Präsenz

Ziel: Kontakt zu Zielpublikum, Gewinnung neuen Gästeklientels

Mittel: :: TV FDZ tritt selbstständig aber auch als Anschließter des TMV bei Messen auf. Mittelfristig prüfen, ob neue Themenmessen entsprechend der regionalen Themen besucht werden können, in enger Zusammenarbeit mit den einzelnen Orten
:: Abfrage der jeweiligen Messebeteiligungen beim Bäderverband und Campingverband

Kosten: ca. 32.000,- € (inkl. Reisekosten der Mitarbeiter)

Termine	Messen	
15.01. – 24.01.2016	Grüne Woche	Kooperation mit Rügen am Stand vom TMV
16.01. – 24.01.2016	CMT Stuttgart	Portallösung Gemeinschaftsstand TMV
14.01. - 17.01.2016	Ferien Wien	Gemeinschaftsstand TMV

28.01. - 31.01.2016	Fespo Zürich	Gemeinschaftsstand TMV
29.01. – 31.01.2016	Dresdner Reisemarkt	Eigener Stand
10.02. – 14.02.2015	f.r.e.e. München	Gemeinschaftsstand TMV
17.02. – 21.02.2016	Reisen Hamburg	Kooperation mit VMO
09.03. – 13.03.2016	ITB Berlin	Gemeinschaftsstand TMV
05.05. - 08.05.2016	Hamburger Hafengeburtstag	Noch unter Vorbehalt Gemeinschaftsstand TMV
22.06. – 27.06.2016	Deutscher Wandertag in Sebnitz	Gemeinschaftsstand TMV
08.07. – 10.07. 2016	12. M-V Tag in Güstrow	Gemeinsame Landkreis-Präsentation mit Rügen und Stralsund
17.07.2016	19. Bremer Fahrradfestival	Eigener Stand
August 2016	HH Cycloclassics	Noch unter Vorbehalt Gemeinschaftsstand TMV
September 2016	TourNatur Düsseldorf	Gemeinschaftsstand TMV
September 2016	25. Berliner Reisemesse	Eigener Stand
01.10. – 03.10.2016	Tag der Deutschen Einheit in Leipzig oder Dresden	Gemeinschaftsstand TMV
16.11. – 20.11.2016	T&C Leipzig	Eigener Stand
August 2016	Nationalparktag Wieck	Eigener Stand
Oktober 2016	Nationalparktage Zingst	Eigener Stand
n.n.	Besuch verschiedener Reisebörsen	Kooperation Partnerverbände



7. Marktforschung

Projekt: **Netigate - Online-Befragungs-Tool**

- Mittel:
 - Wiederholte Durchführung einer Mitgliederbefragung
 - Auswertung der Gästebefragung 2015
 - Aktivierung der Gästebefragung 2016
 - Erstellung weiterer Befragungen, eines Quiz, o.ä.
- Kosten: ca. 2.800,- €

8. Pressearbeit

- Ziel: Pressearbeit optimieren, USP-Themen promoten
- Mittel:
 - Mit Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern, Campingverband Mecklenburg-Vorpommern enger zusammen arbeiten
 - Journalistenreisen gemeinsam mit den Verbandsmitgliedern betreuen
 - Medienpartnerschaft mit Ostseezeitung anstreben
 - 2015 verschickt: 30 Pressemitteilungen, 46 B2C-Newsletter, 33 Mitglieder-Newsletter
 - Schwerpunktthemen bei den Mitgliedern abfragen

Projekt: **Pressereise „Radfahren in der Region Fischland-Darß-Zingst“**

- Kooperation mit Mecklenburger Radtour
- Thematische Pressereise, organisiert und durchgeführt vom TV FDZ
- Kosten: ca. 2.500,- €

9. Mediaplanung

Projekt: **Urlaubsmagazin MV vom TMV**

Mittel: Beteiligung des Verbandes mit einer Seite mit Unterstützung von den Orten der Region

Vertrieb: :: 500.000 Stück: Beilage in großer deutscher Tageszeitung
:: 30.000 Stück: Auslage auf Messen

Kosten: ca. 10.000,- €

Einnahmen: ca. 7.500,- €

Projekt: Medienkooperation WAZ-Gruppe
Mittel: Beteiligung an der Medienkooperation mit der WAZ-Gruppe über den TMV
-> Präsentation in der sechsteiligen redaktionellen Serie
-> Promotion vor Ort in Nordrhein-Westfalen
-> Präsentation des redaktionellen Beitrages auf der Website
derwesten.de/reise

Projekt: Schaltung redaktioneller Beiträge in themenspezifischen Magazinen
Mittel: -> Zusammenarbeit über den TMV mit dem Wandermagazin und dem
Magazin „Wanderbares Deutschland“
-> Zusammenarbeit mit Tages- und Wochenzeitungen im Quellgebiet
-> Zusammenarbeit mit der Hamburger S-Bahn-Zeitung „unterwegs im
Norden“
-> Präsentation in der Magazinreihe Tambiente
Kosten: ca. 7.000,- €

Projekt: Medienkooperation NDR (Rundfunk und TV)
Mittel: -> Bewerben der Veranstaltungsreihen „Naturklänge“ und „Kulinarische
Wochen“ mit Werbung auf NDR-Homepage sowie z.B. in Radiospots
-> Medienpräsenz beim NDR auch über Pressemitteilungen ohne weitere
Kosten möglich
Kosten: ca. 3.000,- €

Projekt: Schaltung in der „ZEIT“-Reisebeilage
Mittel: Präsentation der Region Fischland-Darß-Zingst bei einer für die Region
relevanten Zielgruppe
Kosten: ca. 11.000,- € -> Realisierung nur mit Partnern aus der Region möglich

11. Internes Marketing

Ziel: Kommunikation verbessern
Mittel: - Newsletter für die Mitglieder per E-Mail
- Mitgliederbefragung
- Mitgliedertreffen abseits von Mitgliederversammlungen in lockeren
Runden
- regelmäßige Treffen des Marketingausschusses
- Überarbeitung Extra-Net -> Kosten: ca. 500,- €