

# Tourismusmarketing 2018

## Maßnahmenplanung des Büros für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur

ribnitz-damgarten.de

## Gliederung

### 1. Produktentwicklung

- Ausgangssituation
- Zielsetzungen für 2018
- Maßnahmenplanung

### 2. Marketing und Vertrieb

- Ausgangssituation
- Zielsetzungen für 2018
- Maßnahmenplanung, pro Kommunikationskanal

ribnitz-damgarten.de

## Produktentwicklung



### Ausgangslage aus touristischer Sicht

- 1B-Lage der Stadt in Bezug auf die Ostseeküste
  - großes Einzugsgebiet für Tagestourismus durch Badegäste im Sommer
- Attraktives Freizeitangebot für Touristen
  - Öffentliche Einrichtungen und private Angebote sehr unterschiedlicher Ausprägung, teilweise mit Alleinstellungsmerkmalen
- Übernachtungsangebot ist geprägt durch geringen Anteil gewerblicher Vermieter
  - Viele kleine und Kleinst- Vermieter mit insgesamt eher geringem Preis- und Qualitätsniveau
  - Keine verbindliche Datengrundlage

ribnitz-damgarten.de

## Produktentwicklung



### Zielsetzungen für 2018

- Anerkennung weiterer Ortsteile als staatlich anerkannter Erholungsort
- Tagestourismus weiter fördern und ausbauen
- Vertrauensaufbau bei touristischen Anbietern der Stadt
- Qualitätsentwicklung im Übernachtungsbereich
- Entwicklung von Pauschalangeboten, die unter einem zentralen Namen vermarktet werden sollen
- Weiterentwicklung der Merchandise-Produkte
- Erweiterung Vorteilsangebote für Kurkarteninhaber
- Schaffung von Grundlagen zur Einbeziehung des Handels in zukünftige Aktionen

ribnitz-damgarten.de

## Produktentwicklung



### Maßnahmenplanung für 2018

- Anerkennungsverfahren Erholungsort für weitere Ortsteile
  - Prozess bereits angestoßen
  - evtl. zu aktualisierende Gutachten aufgrund der langen Frist seit Durchführung von Messungen etc.
- Persönlicher Besuch der großen Anbieter in der Stadt
  - Grundlage für vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Büro für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur
- Angebot von Schulungen für private Vermieter
  - z.B. mit Unterstützung des Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst
  - Zertifizierungen für Ferienwohnungen denkbar
- Anbindung weiterer Vermieter an den Buchungskanal Tourist-Info
  - Online und offline
  - Angebot attraktiver gestalten (Darstellung einzelner Vermieter, Buchungsstrecke online)
  - Mehrwert schaffen

ribnitz-damgarten.de

## Produktentwicklung



### Maßnahmenplanung für 2018

- Entwicklung der „Bernsteinwochen“
  - Bausteinangebot verschiedener Freizeitanbieter zu einem pauschalen Preis (Museum, Boddentherme, Bernsteinreiter...)
  - Kombinierbar mit verschiedenen ÜN-Angeboten
  - Angebotszeitraum im Herbst wegen Attraktivität der Region
- Überprüfung des Merchandising-Angebots
  - Produktauswahl aktualisieren
  - Angebotsvergleich von Lieferanten
  - Gestaltung in der Tourist-Info verkaufsfreundlicher
- Statistiken als Grundlage für Erfolgsmessung einführen
  - Erster Schritt für einen langfristigen Weg

ribnitz-damgarten.de

# Marketing und Vertrieb



## Ausgangslage aus touristischer Sicht

- Kommunikation mit deutlichem Schwerpunkt Image
  - Wenig konkrete Angebote
- Bisher Konzentration auf klassische Medien
  - Herausgabe von Printprodukten
  - Punktuelle Anzeigenschaltung mit kleinem Budget
- Kaum klares Corporate Design erkennbar in der Außendarstellung
  - Darstellung der Stadt selbst: Logo häufig einzige Gemeinsamkeit
  - Darstellung von Partnern: Bernsteinstadt taucht manchmal gar nicht auf
- Wahrnehmung in der Umgebung der Stadt ist gering
  - Potenzial der Tagesgäste ist groß

ribnitz-damgarten.de

# Marketing und Vertrieb



## Zielsetzungen für 2018

- Kommunikation über/Vermarktung von konkreten Angebote
  - Grundlage für Erfolgsmessung
- Aufbau der Maßnahmen im Online- und Social-Media-Bereich
  - Voraussetzung: Launch der neuen Website
  - Interne Hürden der Verwaltung meistern
  - Permanente Weiterentwicklung, auch in den Folgejahren
- Außendarstellung der Stadt professionalisieren
  - Corporate Design Manuel entwickeln und umsetzen
  - Interne Vorgaben schaffen
  - Außenwerbung und Pressearbeit „aus einem Guss“
- Vertriebskanäle überprüfen
  - Wo sollten wir präsent sein, sind es aber nicht?

ribnitz-damgarten.de

## Marketing und Vertrieb



### Maßnahmenplanung für 2018

- Pressearbeit
  - Regelmäßiges und abgestimmtes „Futter“ an regionale Medien
  - Beteiligung an Pressereisen der Tourismusverbände, in Kooperation mit Anbietern der Stadt
  - Gekaufte redaktionelle Artikel in relevanten Medien
- Printprodukte
  - Ribnitz-Damgarten entdecken und erleben = Ziel für Tagesausflüge
  - Veranstaltungskalender, jährlich und zweimonatlich
  - Imagebroschüre
  - Aktions- und Veranstaltungsflyer
    - Vertrieb der Printmedien in der Region verstärken

[ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)

## Marketing und Vertrieb



### Maßnahmenplanung für 2018

- Außenwerbung
  - Installation von mobilen und festen Werbeflächen für Veranstaltungen an hochfrequentierten Plätzen
  - Beschilderung in der Stadt verbessern
  - Plakate u. ä. für Veranstaltungen qualitativ steigern
- Anzeigen und Beteiligungen an Fremdpublikationen
  - Beteiligung an großen Kampagnen der Tourismusverbände
  - Eigene Präsenz in relevanten Medien
  - Aktionen mit Partnern im Rahmen von gemeinsamen Aktionen
  - Bewerbung der Bernsteinwochen

[ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)

## Marketing und Vertrieb



### Maßnahmenplanung für 2018

- Weiterentwicklung der Website [ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)
  - Auswertungen zum Nutzerverhalten als Grundlage für weitere Themen und Aktionen
  - Funktionale Weiterentwicklung (Verknüpfung mit Bewertungsportalen, Landingpages für Aktionen, around me etc.)
  - System für Online-Buchung überprüfen und im Komfort verbessern
  - Schaffen von Seiten für Bibliothek, Begegnungszentrum etc. im definierten Layout
- Social-Media
  - Einrichtung und Leben eines städtischen Profils auf Facebook und Instagram
  - Basis-Redaktionsplan + Nutzung spontaner Ereignisse
- Online-Marketing
  - Suchmaschinen-Optimierung mit Hilfe von Überarbeitung des Contents der Seite
  - Nutzung von Google-Adwards
  - Anzeigen, Kampagnen, Aktionen, Gewinnspiele etc., auch auf Fremd-Seiten

[ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)

## Marketing und Vertrieb



### Maßnahmenplanung für 2018

- Mitarbeit in regionalen und thematischen Tourismusverbänden
  - Fischland-Darß-Zingst und Vogelparkregion Recknitztal
  - TMV, Backsteingotik
- Kurabgabe
  - Systemeinführung
  - Auswertung und Optimierung der Prozesse
  - Nachproduktion der entsprechenden Medien
- Allgemeines
  - Werbemittel
  - Fotoshootings

[ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)

## Budgetplanung – Stand heute



### Tourismusmarketing 2018

- Geschätzte Kosten für die vorgestellten Maßnahmen **148.500 Euro**  
→ Tourismusförderung 2016: 70.000 Euro 2015: 50.000 Euro
- Geplante Einnahmen aus Kurabgabe: **100.000 Euro**  
→ „... für die Herstellung, Anschaffung, Erweiterung, Verbesserung ... und Unterhaltung der im Erhebungsgebiet zu Kur- und Erholungszwecken bereitgestellten öffentlichen Einrichtungen...“
- Geplante Einnahmen aus Fremdenverkehrsabgabe: **70.000 Euro**  
→ „Für Zwecke der Fremdenverkehrswerbung sowie für die Herstellung, Anschaffung, Erweiterung, Verbesserung ... und Unterhaltung von Informationseinrichtungen für Kur- und Erholungsgäste...“
- Geplante Ausgaben Tourist-Info **55.000 Euro**
- Geplante Einnahmen Tourist-Info **68.000 Euro**
- Nicht berücksichtigt: sämtliche Kosten für den Bereich Kultur (Veranstaltungen, Einrichtungen)
- Nicht berücksichtigt: Personalkosten

ribnitz-damgarten.de

## „Hausaufgaben“



### Tourismusmarketing - Was sind die Kriterien der Erfolgsmessung?

- Übernachtungszahlen?  
→ Problematik: Datengrundlage, Kapazitätsgrenze, Vermieterstruktur
- Auslastung?  
→ Angebot derzeit nur bedingt beeinflussbar
- Tagesgäste?  
→ Wie können die gemessen werden?  
→ Besucher der touristischen Einrichtungen? o.a.?
- Touristische Wertschöpfung!  
→ Umsätze im Einzelhandel, in Gastronomie etc.

ribnitz-damgarten.de



BERNSTEINSTADT  
RIBNITZ-DAMGARTEN

**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**

[ribnitz-damgarten.de](http://ribnitz-damgarten.de)