

# Jahresbericht 2011

## Tourismusverband Prignitz e.V.



Großer Markt 4 ■ 19348 Perleberg ■ Tel 03876/ 30 74 19 20 ■ Fax -29 ■ [info@dieprignitz.de](mailto:info@dieprignitz.de)

## **Inhaltsverzeichnis zum Jahresbericht 2011 des Tourismusverbandes Prignitz e.V.**

	Seite
1. Vereinsarbeit	3
2. Statistik	11
3. Marketing	13
4. Finanzierung	17
5. Ergebnisse und Aufgabenstellung	17

# 1. Vereinsarbeit

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

Die jährliche **Mitgliederversammlung** fand am **8. 11. 2011** im Anschluss an das 7. Prignitzer Tourismusforum statt.

Der **Vorstand** besteht aus 7 Mitgliedern. Für den Landkreis Ostprignitz-Ruppin wurde Werner Nüse gewählt, damit setzt sich der Vorstand wie folgt zusammen:

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

Frau Bärbel Mann ist die Ehrenvorsitzende des Vereins.

Im Verlaufe des Geschäftsjahres nutzten die Vorstandsmitglieder bei ihren öffentlichen Auftritten die Gelegenheit, auf die Belange des Tourismus in der Prignitz hinzuweisen. Im Geschäftsjahr 2011 fanden 5 Vorstandssitzungen statt.

Im Jahr 2011 lag ein **Hauptschwerpunkt der Vereinsarbeit** in der Weiterentwicklung des 2010 beschlossenen Marketingkonzeptes bis 2015, basierend auf den Ergebnissen des Marketing-Management-Prozess im LEADER+-Projekt 2004/2005 und den Entwicklungen der Folgejahre. Hauptthema war neben der Qualitätssicherung und –verbesserung der überregionalen Radtouren die Entwicklung eines regionalen Radwegenetzes mit hoher Qualität und hohem Erlebniswert, insbesondere durch die Einführung der Knotenpunktwegweisung, sowie die Teilnahme an der Landeskampagne zum Naturtourismus. Für alle definierten touristischen Schwerpunktthemen Rad – Kultur – Natur – Gesundheit wurden konkrete Maßnahmen entwickelt und Partner für das Marketing gewonnen.

Der **Beirat** als Bindeglied zwischen Vorstand und Mitgliederversammlung ist satzungsgemäß mit Vertretern aus den Verwaltungen der Gemeinden bzw. Ämter besetzt. Der Beirat wurde einmal im Geschäftsjahr 2011, am 26. 10., einberufen. Über die themenbezogenen Arbeitskreise des Verbandes wurde die Kommunikation mit den Akteuren und Leistungsträgern der verschiedenen Touren vertieft und konkretisiert.

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

Es sind 3 fest angestellte Mitarbeiter beschäftigt.

Zusätzlich wurde projektbezogen 1 Mitarbeiterin befristet bis zum 31.3.2011 für den Aufbau des Informations- und Reservierungssystems eingestellt.

Mehrere Praktikanten bearbeiteten spezielle Aufgaben.

Folgende Arbeitskreise des Verbandes waren **2011** aktiv:

### **Marketingbeirat**

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

### **Arbeitskreis Touristinformationen**

Die Zusammenarbeit der Prignitzer Informationsstellen hat sich kontinuierlich entwickelt. Neben dem Austausch von Informationen per E-Mail gab es persönliche Kontakte mit den Mitarbeitern in den Touristinformationen. Die Mitarbeiter nahmen an verschiedenen thematischen Veranstaltungen des Verbandes teil. Am 25.1. lernten die Mitarbeiter der Prignitzer Touristinfos auf einer Exkursion die Informationsstelle und die Angebote des Naturparks Stechlin-Ruppiner Land kennen.

### **Thema Radtouren**

#### **Elberadweg**

Es wurden regelmäßig Informationen zu aktuellen Baustellen und Problemen der Infrastruktur mit den Touristinformationen und Verwaltungen Lenzen, Wittenberge und Bad Wilsnack/ Weisen ausgetauscht und im Rahmen der Kooperation mit der Koordinierungsstelle Elberadweg in Magdeburg weitergeleitet sowie im Internet veröffentlicht. Als Hauptaktivität zum Marketingpool Elberadweg wurde für das Handbuch 2012 akquiriert. Es wurden Newsletter mit aktuellen Informationen per Mail an die Mitglieder des Marketingpools und des Arbeitskreises versandt.

#### **Bischofstour:**

Am 30.3. fand in Havelberg der 2. Workshop des Arbeitskreises zur Kulinarischen Bischofstour mit Gastronomie-Anbietern im Prignitz-Museum statt. Außerdem war die Nachzertifizierung der Tour 2012 und die weitere Entwicklung zur 4-Sterne-Tour Thema im Arbeitskreis. Im Rahmen der Knotenpunktwegweisung (Projektphase 1) wurde die Bischofstour überprüft und die Beschilderung verbessert. Dazu wurde die Tour durch die Radwegeinspektoren befahren und die Ergebnisse aufbereitet, die 2012 mit den Kommunen ausgewertet wurden.

#### **Anradeln**

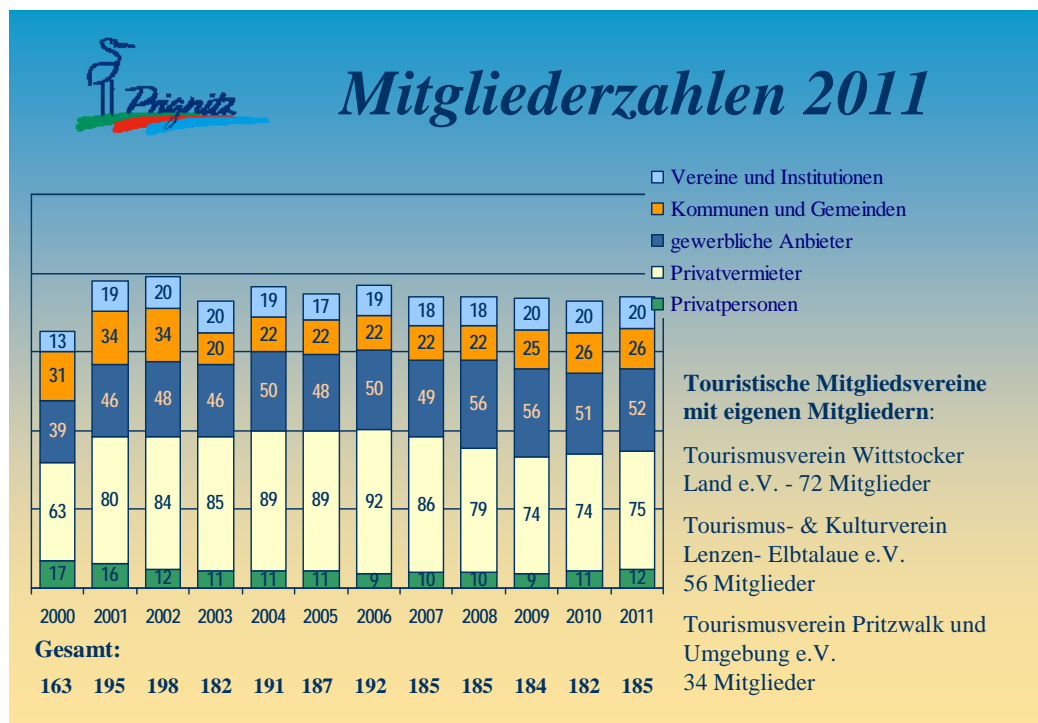
Dem Arbeitskreis oblag die Vorbereitung und Organisation der Sternfahrt nach Pritzwalk im Rahmen der landesweiten Aktion „Brandenburg radelt an“ am 16. April 2011. Wie in den Vorjahren wurden die Werbung sowie die Öffentlichkeitsarbeit durch den Verband realisiert. Erstmals erfolgte dies in Kooperation mit dem „Wochenspiegel“, um möglichst viele Haushalte in der gesamten Prignitz zu erreichen. Frühzeitig wurde für das Folgejahr eine erneute Kooperation mit dem Wochenspiegel für die Tour 2012 mit dem Zielort Plattenburg eingegangen.

#### **Gänsetour**

Der Arbeitskreis Gänsetour traf sich 2011 nicht. Lediglich im Internet wurden durch die Geschäftsstelle nach Meldung von Teilnehmern des Arbeitskreises Korrekturen in der

Darstellung der Tour vorgenommen. Ansätze zu einer neuen thematischen Ausrichtung der Tour wurden im Vorstand und mit einzelnen Teilnehmern des Arbeitskreises diskutiert.

## Entwicklung der Mitgliederzahlen und der Mitgliederstruktur



Der Tourismusverband hatte Ende 2011 eine aktuelle Mitgliederzahl von 185. Die Gemeinden der Kleeblattregion Wusterhausen, Neustadt/Dosse und Kyritz im Landkreis Ostprignitz-Ruppin sowie der Tourismusverein Kyritz, Wusterhausen, Neustadt (Dosse) e.V. sind seit 2009 Mitglied. Die Mitgliedsvereine in Lenzen, Pritzwalk und Wittstock vertreten ihre Vereinsmitglieder im Verband. Die Übernachtungsanbieter der Stadt Wittenberge werden vom Kultur-, Sport und Tourismusbetrieb der Stadt Wittenberge betreut, mit dem der Verband kooperiert.

### 1.1. Binnenmarketing und Kooperationen

Der Tourismusverband Prignitz e.V. lud alle Akteure aus den Bereichen Tourismus, Verwaltung und Politik zum 7. Prignitzer Tourismusforum am 8.11.2011 ein. Das Forum hatte den Schwerpunkt „**Regionale Profilierung im Bereich der Gemeinde Groß Pankow**“.

Am Wittstocker Tourismustag, der traditionell im Herbst stattfindet, nahmen Vertreter des Verbandes teil und nutzten zahlreiche Gespräche zum Informationsaustausch.



### Klassifizierung

Seit 2003 werden Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer nach DTV-Standard durch den Verband klassifiziert. Der Tourismusverband Prignitz e.V. hat eine DTV-Lizenz erworben und organisiert gemeinsam mit Partnern vor Ort und dem vom DTV anerkannten Klassifizierer Herrn Bodo Rückschlag die Klassifizierung im Reisegebiet Prignitz. Im Geschäftsjahr 2011 waren 36 Vermieter von Privatzimmern und Ferienwohnungen/-häusern klassifiziert. Davon wurden 7 Objekte neu- und 9 Objekte folgeklassifiziert.

Der Hotel- und Gaststättenverband nimmt die Einstufungen in den gewerblichen Betrieben vor. Es sind 27 Hotels und Gasthöfe in der Prignitz klassifiziert. Ebenfalls klassifiziert sind die Campingplätze in Berlinchen, Lenzen und Havelberg.

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



Das Qualitätsgütesiegel für die Servicequalität erwarben bis zum 31. 12. 2011 zehn Prignitzer Betriebe. Die Touristinformationen Wittstock und Wittenberge errangen die DTV-i-Marke.

### **Weitere Kooperationspartner**

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

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

Mit dem Prignitz-Sommer wurde, wie in den vergangenen Jahren auch, eine enge Zusammenarbeit gepflegt. Die vielfältigen kulturellen Angebote der Prignitz spielen bei den Marketingaktivitäten für die Region eine wichtige Rolle. Der Internet-Kalender des Prignitz-Sommers ist in den Internetauftritt des Tourismusverbands integriert, die Pflege obliegt allein dem Prignitz-Sommer.

Mit dem Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe Brandenburg kooperierte der Verband zu verschiedenen Themen. Der Verband ist durch den Geschäftsführer Uwe Neumann im Vorstand des Kuratoriums des Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe-Brandenburg vertreten. Ein regelmäßiger Informationsaustausch mit der Verwaltung des Biosphärenreservates erfolgte bei Themen wie der Barrierefreiheit, Überlegungen zur Vermarktung besonders umweltfreundlicher Betriebe, der Aktion „Offene Gärten“ und bei der Vorbereitung der Landes-Kampagne „Naturtourismus“, in der Angebote speziell für Naturtouristen marktfähig gemacht und die 2011 als Kampagnenthema im Landesmarketing erfolgreich eingesetzt wurden. Besonders zu nennen sind hier die Angebot „Rühstädter Storchenfeierabend“ (BIZ Rühstädt) und „Auenwildnis am Grünen Band“ (Burg Lenzen).

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

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

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

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

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

Eine Kooperation mit dem Regionalen Wachstumskern Prignitz ermöglichte die Finanzierung zusätzlicher Marketingaktivitäten in den Bereichen Radtourismus und Präsentation der Prignitz vor allem in der Region Hamburg. Gefördert wurden die Projekte aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur – GRW – Infrastruktur.

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

Lokale Initiativen und Projekte im Reisegebiet wurden von der Geschäftsstelle begleitet. Die Begleitung des Projektes der Zentralen Archäologischen Orte (ZAO) war ebenfalls Gegenstand mehrerer Beratungen sowie ein wichtiger Punkt auf dem Tourismusforum.

Der Verband begleitet auch die Arbeit des Arbeitskreises Prignitzer Museen, der 2010 vom Museumsverband Brandenburg initiiert wurde und mehrmals im Jahr tagt.

## 1.2 Überregionale Partnerschaften und Kooperationen

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

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

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

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

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

Aufbauend auf dem Marketingplan der TMB wurden auch im Jahr 2011 Maßnahmen gemeinsam umgesetzt, die im Punkt Werbung und Öffentlichkeitsarbeit dargestellt sind.

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

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

Damit wird das bestehende Radwegenetz positiv ergänzt.

Die Ausschilderung der Routen erfolgte 2011. Gemeinsam mit der Stadt Perleberg agiert der Verband im Rahmen des Netzwerks als Ansprechpartner für die Route 3.

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

### **Grünes Band**

Der Tourismusverband arbeitete an dem Projekt „Grünes Band“ in der Modellregion Elbe-Altmark-Wendland an der ehemaligen innerdeutschen Grenze mit. Die BiberBurgenTour wurde eines der wesentlichen Angebote in der Naturtourismuskampagne des Landes Brandenburg.

### **Kurs Elbe**

Die Gespräche zur länderübergreifenden Zusammenarbeit entlang der wurden auch 2011 weiter intensiviert. Im Juli wurde der Zuwendungsbescheid für das Projekt „Kurs Elbe. Hamburg bis Wittenberge“ übergeben. Im Januar 2012 fand ein medienwirksamer Auftakt im Hamburger Rathaus statt. Zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten in der Metropolregion Hamburg und Fördermittelanträge für diese Kooperation sind das gemeinsame Ziel der beteiligten Partner. Die Beteiligung der Prignitz an Präsentationen z.B. auf dem Hamburger Hafengeburtstag waren erste konkrete Ergebnisse der Zusammenarbeit.



### **Ruppiner SeenLand**

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

## **1.3 Projekte**

### **Netzwerk Aktiv in der Natur**

Das Netzwerk Aktiv in der Natur ist eine Initiative des Landestourismusverbandes Brandenburg und der TMB, an der sich der Tourismusverband Prignitz aktiv beteiligt. Die Thematik Radfahren soll während der Weiterführung des Projektes von 2010 bis 2013 landesweit qualitativ vorangebracht werden und vermarktet werden. Ein Bereich der Arbeit ist die Zertifizierung der Fernradwege, in der Prignitz ist dies die Bischofstour. Die 2 ausgebildeten ehrenamtlichen Radwegezertifizierer bildeten sich weiter und erhielten den Titel Radwegeinspektoren. Sie stehen dem Verband als engagierte Berater zur Seite. Das Netzwerk treibt die Etablierung des Themas Radtourismus im Land weiter voran. Dazu wurden 2011 Premium-Touren entwickelt, die nach definierten Kriterien erfasst wurden und sowohl im Internet als auch im Printbereich ab 2012 beworben werden. In diesem Rahmen konnten 3 Prignitzer Touren platziert werden: „Treffpunkt Adebar“ und „Lenzerwische-Tour“ nach Knotenpunkten und die Klostertour im Wittstocker Land.



## Stellplatzoffensive für Reisemobile

Die Aktivitäten zur weiteren Entwicklung des Reisemobil-tourismus wurden 2011 fortgesetzt. Dabei war die Partnerschaft mit der Fachzeitschrift *promobil* die wichtigste Säule. Zur weiteren Infrastrukturentwicklung konnte der Verband sich bei der Erstellung und der Recherche zu den Inhalten von Informationstafeln für die Stellplätze einbringen. Es konnten 6 neue Informationstafeln aufgestellt werden. Unter der Regie des Verbandes wurde die Neuauflage des Flyers Reisemobil-Landschaft Prignitz erarbeitet.



## Netzwerk für Vereine

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

Für die Projektkoordinierung und die Vernetzung der Vereine mit der touristischen Angebotsstruktur arbeiteten befristet von September 2008 bis 31. 8. 2011 zwei Mitarbeiterinnen, die über das Projekt Kommunal-Kombi finanziert wurden.

Seit dem 1.9.2011 wird die Koordination des Netzwerks für Vereine durch eine Bürgerarbeitsstelle bearbeitet, außerdem wurde für den Kulturbereich eine Mitarbeiterin vom 1.9.2011 bis 31.12.2012 über eine AGE-Stelle finanziert.



Vielen Dank an Frau Hallwass und Frau Kaleschke, hier beim Waldlehrparkfest in Groß Woltersdorf in Aktion

## Elbe-Müritz-Rundweg

Zur Eröffnung im Mai 2009 wurden erstmals Flyer zur Tour sowie eine Karte des public press Verlages veröffentlicht, die seitdem als Hauptwerbemittel für den Rundweg dienen. 2011 wurde eine Neuauflage des Flyers gedruckt.

Vom 1.5.2009 bis zum 30.4.2012 wurde eine Mitarbeiterin als Koordinatorin für den Elbe-Müritz-Rundweg für 3 Jahre befristet eingestellt. Die Finanzierung erfolgte über das Projekt Kommunal-Kombi.

## Datenerfassung barrierefreier Betriebe in Kooperation mit der TMB

Das Reisegebiet beteiligte sich an der Erfassung der Daten von Prignitzer Betrieben, die barrierefreie Angebote haben. Die Daten werden im Internetauftritt des Landes Brandenburg und im Prignitzer Gastgeberverzeichnis dargestellt. Eine Mitarbeiterin wurde für die sachgerechte Datenaufnahme geschult. Bisher wurden 73 Betriebe in die Datenbank des Landes Brandenburg [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de) aufgenommen.

## Kulinarische Prignitz und Prignitzer Gastlichkeit

Der Verband unterstützte die DEHOGA-Initiative „Prignitzer Gastlichkeit“, in der über 30 Betriebe mit dem Zertifikat ausgezeichnet werden konnten..

Im DEHOGA-Projekt „Transnationaler Wissensaustausch“ ist der Verband Kooperationspartner und begleitet und unterstützt dieses Projekt aktiv. Der Geschäftsführer nahm an Exkursionen nach Italien und Österreich teil, die dem Erfahrungsaustausch dienen.

Erste Ergebnisse wie die „Prignitzer Wildwochen“, die Vorbereitung der Knieperwoche und die Weiterentwicklung der kulinarischen Bischofstour sowie die Entwicklung eines kulinarischen Kalenders für 2012 konnten in das Projekt einbezogen werden.



## Regionalbudget - Projekt „Modellhafter Einsatz von Knotenpunktwegweisung im Radwegenetz Landkreis Prignitz“

Ein wesentlicher Arbeitsbereich für 2011 war die Umsetzung des durch das Regionalbudget Prignitz geförderten Projekts „Knotenpunktwegweisung“.

Auf die verstärkten Anfragen nach Rundtouren und aufbauend auf die Ergebnisse der landesweiten Radverkehrsanalyse 2009-2011 reagierte der Tourismusverband, indem gemeinsam mit den ausgebildeten Radrouteninspektoren unter Berücksichtigung bestehender Routen in Amtsbereichen und Kommunen qualifizierte Tourvorschläge entworfen und weiterentwickelt wurden. Dazu wurden auch die Erfahrungen anderer Regionen genutzt und Kontakte z.B. nach Aachen hergestellt.



Der Durchführungszeitraum war vom 1.4.2011 bis zum 31.3.2012.

Der Verband kooperierte in dieser ersten Modellphase mit der Stadt Perleberg, Gemeinde Karstädt, Stadt Wittenberge, Amt Bad Wilsnack/Weisen, Amt Lenzen/Elbtalau und ergänzend mit der Gemeinde Plattenburg. Die Projektmitarbeiter Carola Krakow und Marko Pommerening setzten zusammen mit den Verantwortlichen in den Gemeinden diese neue Art der Wegweisung in der Elbtalau um. Es wurden 51 Knotenpunkte auf 16 Routen festgelegt und installiert, daraus entstanden variable Touren auf ca. 450 km Radwegenetz unter Berücksichtigung des Fernradwegenetzes und der Gänsetour.

Das Projekt ist langfristig für das gesamte Reisegebiet angelegt. Erste Schritte wurden 2012 bereits im Landkreis Ostprignitz-Ruppin unternommen.

Zum Tourismusforum 2011 konnte den Gästen eine erste Projektkarte der Standorte der Knotenpunkte vorgelegt werden.



## 2. Statistik

### Radlerbefragung

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

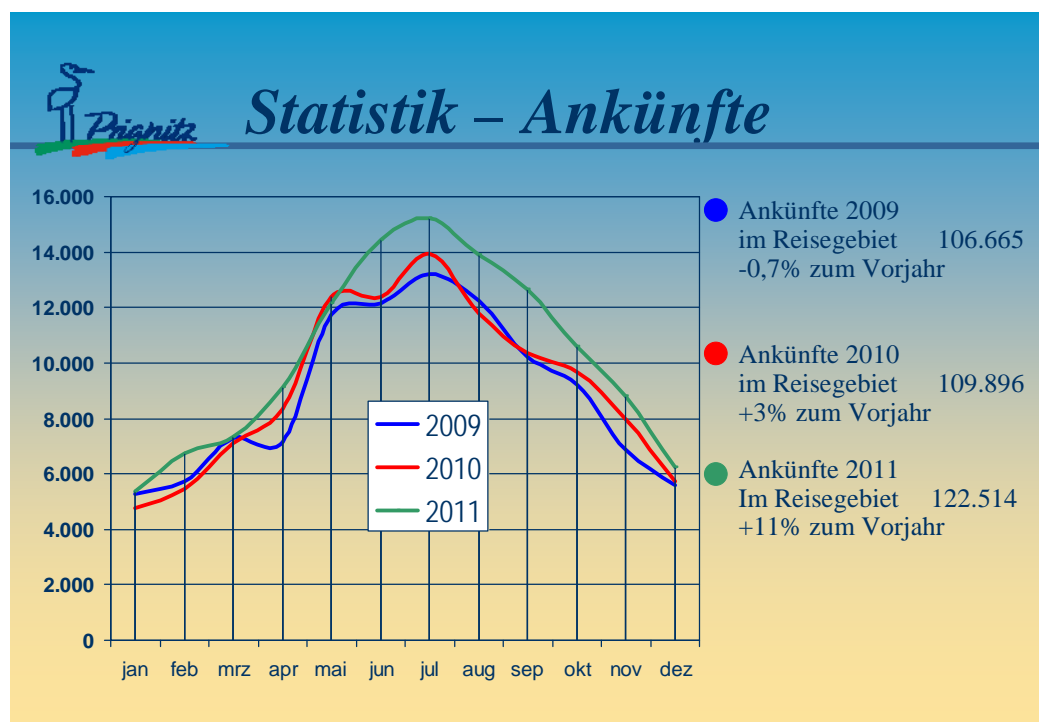
Aus den Ergebnissen, die auf einem Workshop am 1. 3. 2011 vorgestellt wurden, konnten wichtige Erkenntnisse zur weiteren Entwicklung des Radtourismus in der Region gewonnen werden, insbesondere zur Nutzung der Knotenpunktwegweisung für die Region.

2011 konnten im Rahmen der Projektnachbereitung 3 den technischen Anforderungen entsprechende Zählstellen in Wittenberge, Gnevsdorf und Pritzwalk aufgestellt werden.

### Statistik gewerblicher Übernachtungen

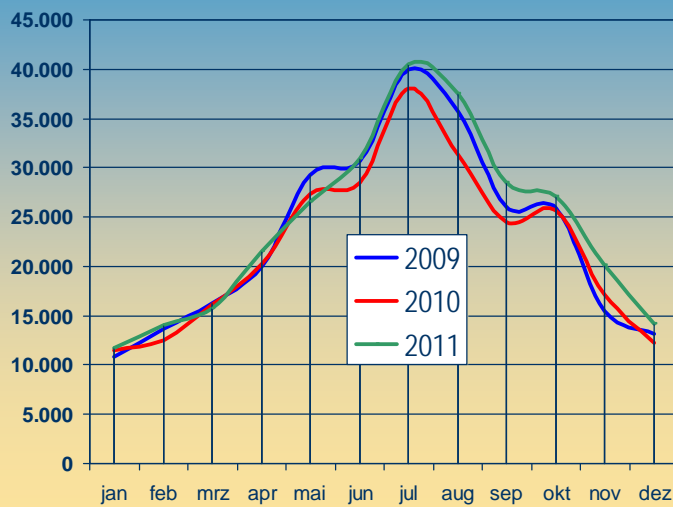
Die statistischen Auswertungen beruhen auf Erhebungen des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik Brandenburg und berücksichtigen lediglich die gewerblichen Beherbergungsbetriebe.

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





## Statistik – Übernachtungen



- **Übernachtungen 2009**  
 im Reisegebiet 277.050  
 +3,8% zum Vorjahr  
 Durchschnittliche  
 Aufenthaltsdauer 2,6 Tage
- **Übernachtungen 2010**  
 im Reisegebiet 265.449  
 -4,2% zum Vorjahr  
 Durchschnittliche  
 Aufenthaltsdauer 2,4 Tage
- **Übernachtungen 2011**  
 im Reisegebiet 288.228  
 +8% zum Vorjahr  
 Aufenthaltsdauer 2,4 Tage

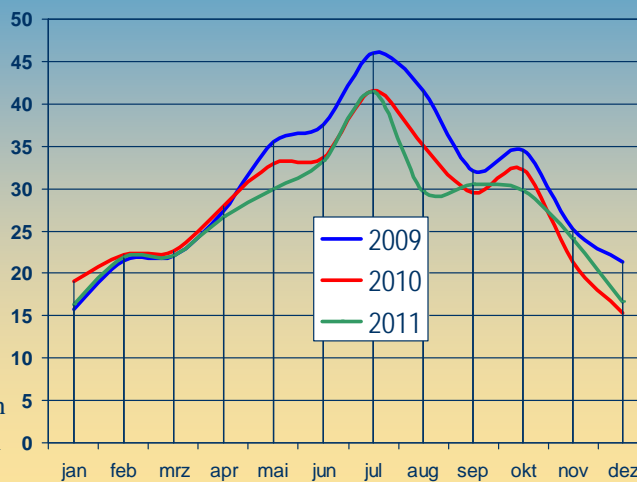


## Statistik - Auslastung

Durchschnittliche  
Auslastung im Jahr  
Reisegebiet Prignitz

- 2009 gesamt 30,7 %  
 (Land 34,5 %)
- 2010 gesamt 28,2 %  
 (Land 35,7 %)
- 2011 gesamt 28,2 %  
 (Land 36 %)

Bei 96 geöffneten Betrieben  
> 9 Betten mit 2.941 Betten  
in der Statistik



## 3. Marketing

### 3.1. Marketingkonzept

Das 2007 durch den Vorstand beschlossene Marketingkonzept 2007-2010 wurde auf einer Klausurtagung im März 2010 für den Zeitraum bis 2015 weitergeführt. Es wurden die nächsten Schritte des strategischen Marketings definiert und präzisiert. Die Schwerpunktlegung auf das Thema Radlerparadies Prignitz wurde verstärkt und um die Entwicklung der regionalen Radtouren erweitert. 2011 wurde an der Umsetzung dieses Konzeptes weiter gearbeitet.

Auf verschiedenen Veranstaltungen mit Abgeordneten und Bürgermeistern und weiteren Gremien aus dem Reisegebiet wurde diese Marketingkonzeption des Verbandes vorgestellt und diskutiert, insbesondere im Rahmen der Initiativen zur Umsetzung der Knotenpunktwegweisung.

### 3.2. Publikationen

Das Hauptwerbemittel des Reisegebietes ist das Urlaubsjournal. Hier sind die wichtigsten Informationen zur Prignitz für Individualreisende zusammengefasst. Die im Jahr 2011 erarbeitete Ausgabe 2012 stellt auf 96 Seiten die Reisetemen der Prignitz, ihre Sehenswürdigkeiten, Freizeitangebote und ca. 298 Anzeigen touristischer Dienstleister vor. Die Auflage beträgt 25.000 Exemplare. Das Wittstocker Land nutzt jedes Jahr einen Auszug als regionales Gastgeberverzeichnis



Das Urlaubsjournal 2011 erschien im Januar 2011.



Das Urlaubsjournal 2012 wurde 2011 erstellt und erschien zum Januar 2012.

Die Schwerpunkt-Themen der Prignitz wurden mit zielgruppengerechten Angebotsflyern unersetzt. Für die Bewerbung der naturtouristischen und kulinarischen Angebote der Prignitz wurden Postkarten als Werbemittel gedruckt sowie das Fotoarchiv mit kulinarischen Motiven ergänzt.

Titel des Flyers	Thema	Bemerkung
Radeln zwischen Elbe und Müritz	Rad	Neudruck des Informationsflyers
Stellplatzoffensive Prignitz	Reisemobilstellplätze	Aktualisierte Neuauflage mit 24 Stellplätzen
Werbepostkarten	Storchenfeierabend Auenwildnis Wildwoche Knieperwoche	Gezielte Werbung für die Naturangebote und die kulinarischen Saison-Specials



## Landesprojekt Naturtourismus

In Vorbereitung der landesweiten Kampagne zum Naturtourismus fanden bereits 2010 in Kooperation mit der TMB mehrere Workshops und Weiterbildungsveranstaltungen zum Naturtourismus statt, auf denen neue Produkte wie der „Rühstädter Storchenerabend“ entwickelt wurden. Diese Produkte konnten so gestaltet werden, dass das Reisegebiet zum Kampagnenstart 2011 mit sehr guten Angeboten aufgestellt war. Am Saisonende wurden die Ergebnisse der Kampagne ausgewertet und die Produkte für die Saison 2012 verbessert. Die Prignitzer Premiumangebote wurden im Informations- und Reservierungssystem des Landes Brandenburgs buchbar eingestellt sowie mit Postkarten überregional, z.B. als Einleger in Tageszeitungen in Sachsen-Anhalt, beworben. Das Reisegebiet stellte sich außerdem auf einer Präsentation in der Berliner Globetrotter-Filiale vor und war mit mehreren Pressemeldungen vertreten. Schwerpunktthema war die mit 3 Sternen ADFC-zertifizierte Bischofstour, der Elbe-Müritz-Rundweg und die neu entwickelten Pauschalangebote zum Naturtourismus.



### 3.3 Informations- und Vertriebsmittel Internet ([www.dieprignitz.de](http://www.dieprignitz.de))

Ein eigenes Marketing für den Bereich Internet wird in enger Verbindung mit den Printmedien, Anzeigen, Messeauftritten usw. langfristig aufgebaut. Auf der Regions-Website [www.dieprignitz.de](http://www.dieprignitz.de) werden auf der Basis der kartenbasierten Darstellung der Adress- und Gastgeberdaten die Themen des Prignitz-Marketings mit Angeboten untersetzt.

Das Internet wird auch im Bereich des Binnenmarketing genutzt, Informationen zu Verbandsaktivitäten können dort abgerufen werden. Eine Verbandsseite mit Informationen für Leistungsträger ist unter [www.tourismusverband-prignitz.de](http://www.tourismusverband-prignitz.de) zu finden.

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

Außerdem betreibt der Verband eine Fanseite für die Reiseregion auf facebook unter [www.facebook.com/prignitztourismus](http://www.facebook.com/prignitztourismus).

Verschiedene Prignitzer Radtouren werden kostenlos als GPS-Download über ein externes SocialMedia-Portal angeboten.



## Landesweites Informations- und Reservierungssystem (IRS)

Speziell für die Einführung des landesweiten Informations- und Reservierungssystems wurde Frau Krakow geschult und bis 31.3. (für 20-Wochenstunden) eingestellt. So konnte ab Januar 2011 die Online-Buchbarkeit auch auf den Internetseiten des Verbandes hergestellt werden. Insgesamt sind 21 Betriebe buchbar.

### 3.4 Pressearbeit

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

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

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

### 3.5 Messen/Ausstellungen

Im Geschäftsjahr 2011 wurden die traditionellen Messestandorte und die wichtigsten Quellmärkte besucht. Die Messearbeit wurde gezielt durch Anzeigen in Zeitungen der Quellmärkte unterstützt.

Interessierte touristische Leistungsträger unterstützten den Verband sowohl mit eigenen Messeständen als auch durch finanzielle Beteiligungen am Stand des Verbandes. Damit konnten wesentliche Messen der Quellmärkte besucht werden, wie z.B. in Berlin die Grüne Woche und die Internationale Tourismusbörse, der Reisemarkt Friedrichstraße (Frühjahr und Herbst), der Brandenburgtag und der Reisemarkt in Spandau. Gemeinsam mit den Wittenberger Partnern wurde die Tourismusmesse in Magdeburg besucht.

Im Quellgebiet Hamburg wurden neue Präsentationsmöglichkeiten für die Prignitz beim Hafengeburtstag Hamburg und beim Radevent Vattenfall Cyclclassics genutzt. Der regionale Wachstumskern, das Wittstocker Land, die Heidelbeerplantage Pritzwalk und weitere Partner beteiligten sich am Auftritt, der dadurch sehr repräsentativ gestaltet werden konnte.

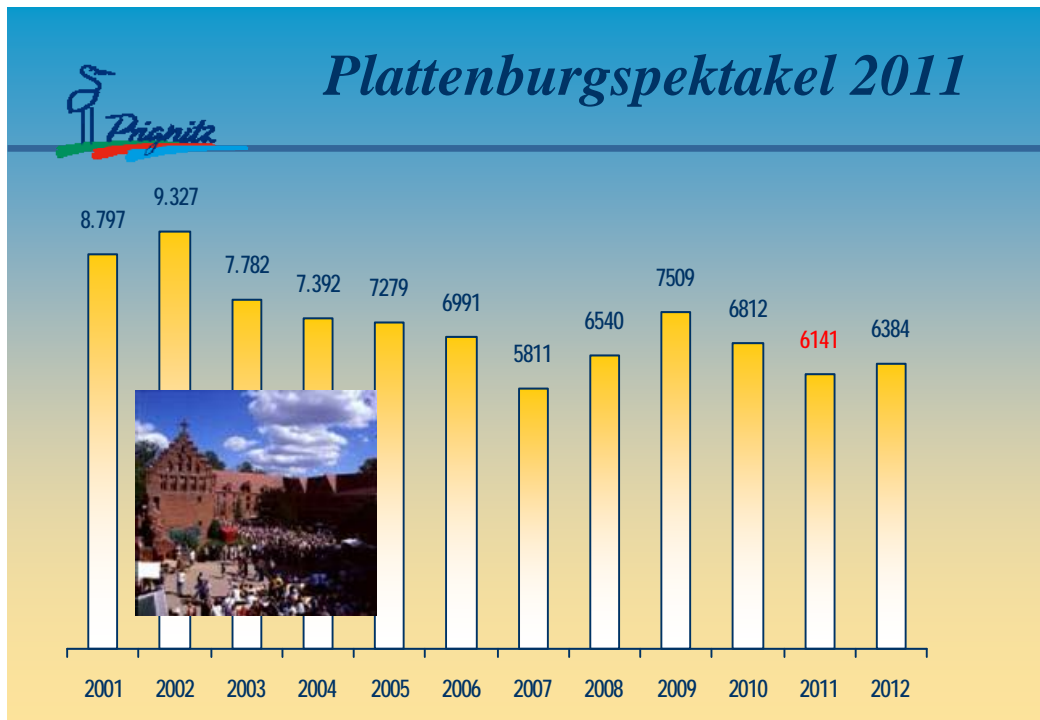
Auf der Grünen Woche im Januar 2011 stellten sich zum 4. Mal 10 Prignitzer Gastronomen jeweils gemeinsam mit einem regionalen Erzeuger auf der Messe unter dem Berliner Funkturm vor. Für den Auftritt 2012 wurden wiederum 10 Partner gewonnen und erste Vorbereitungen zur Organisation getroffen.



### 3.6 Plattenburg Spektakel

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

Entwicklung der Besucherzahlen:





## 4. Finanzierung

Die Jahresrechnung 2012 wurde vom beauftragten Steuerbüro erstellt.

## 5. Ergebnisse und Aufgabenstellungen

Im Geschäftsjahr 2011 wurde das Leitbild für das Reisegebiet Prignitz weiter umgesetzt und entsprechend der Marketingkonzeption weiterentwickelt. Schwerpunkt ist nach wie vor die Umsetzung der Vision vom „Radlerparadies Prignitz“, die auch in der Weiterführung des Marketingkonzeptes den Kernpunkt bildet.

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

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

Die wegweisende Entwicklung der Knotenpunktwegweisung ist in der gesamten Reiseregion umzusetzen und mit qualitätsvollen touristischen Angeboten zu untersetzen. Dies wird eine Hauptaufgabe für die nächsten Jahre sein.

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

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

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

**Perleberg, im August 2012**

Uwe Neumann  
Geschäftsführer