

Ergebnisprotokoll des Netzwerkes

Erlebnistour durchs Recknitztal zum Vogelpark

Datum der Beratung

17.09.2012
17.00-19.00 Uhr

Teilnehmer

Seitens des Netzwerkes: Herr Schöler, Herr Mauderer, Herr Günther, Herr Preischkat, Herr Haase, Herr Jennert

Seitens des TMV: Bernd Fischer, Cornelia Hass, Ulrike Bodieschek, Sandra Hippauf

Kernidee des Netzwerkes

Erlebnisurlaub – Natur des Recknitztales als Wanderer, Rad- oder Wasserwanderer entdecken

- ⤴ Netzwerk zur Schaffung einer touristischen Marke im Bereich aktiver Erholungsurlaub, um die Angebote und Dienstleistungen der integrierten Netzwerkpartner auf einem qualitativ hochwertigen Niveau bekannter zu machen
- ⤴ Erlebnis- und Aktivurlaub in Kombination mit Kunst und Kultur
- ⤴ Im Vogelpark Tiere dieser Region ganz nah erleben
- ⤴ Ausbau der regionalen Wertschöpfung innerhalb und außerhalb des Netzwerkes (z.B. Rural market place)
- ⤴ Zielgruppen: Familien mit Kindern (noch zu wenig vertreten, des Weiteren fehlen familienfreundliche Angebote), Best Ager insbesondere für die Saisonverlängerung (diese lieben den Vogelpark, Natur mit Rapsblüte und Kranichen)

Erwartungen des Netzwerkes an das Projekt LandArt, Ideen für Marketingaktivitäten und Weiterbildungsmaßnahmen

- ⤴ **Erwartungen:**
 - Einsatz eines Netzwerkkoordinators
 - Produktentwicklung in Workshops unter Hinzuziehung externer Fachreferenten
- ⤴ **Marketingaktivitäten:**
 - Präsenz in neuen Medien, Gestaltung und laufende Bearbeitung des Internetauftritts, Koordination von Infolüssen, Netzwerk in soziale Medien integrieren, mobile Anwendungen Google Places
 - Überregionale Produktpräsentation, Special-Interest-Medien
 - Professionelles Foto- und Videomaterial
 - Printerzeugnisse (Flyer)
 - Charity-Veranstaltungen
 - Produktpräsentation auf externen Veranstaltungen
 - Aufbau effektiver interner Kommunikation
- ⤴ **Weiterbildungsmaßnahmen:**
 - Produktentwicklung
 - Reiserecht/Pauschalen
 - AGB
 - Servicezeichen Q und damit verbundene Schulungen, Entwicklung zur Q-Stadt bzw. Region (2. Hälfte der Förderperiode)

Aufgaben des Netzwerkes / Weitere Vorgehensweise

- ⤴ Genaue Abgrenzung des Netzwerkgebietes / Angabe der genauen Netzwerkpartner
- ⤴ Es wird empfohlen einen eigenen Netzwerkmanager über eine SEM-Stelle zu finanzieren – alternativ wird ein Netzwerkberater vom TMV gestellt, der insgesamt 3 Netzwerke betreut
- ⤴ Fotos des TV FDZ zu den Themen Natur/Aktiv prüfen, ob diese für das Marketing nutzbar sind, evt. Einbinden der Fotografen des Kunstvereins
- ⤴ Lückenschlüsse in der Infrastruktur herstellen
- ⤴ Zusenden von 5 druckfähigen und rechtfreien Fotos für den Katalog LANDURLAUB 2013/2014 an den TMV bis 30.09.2012

- ⤴ Zusenden eines Fotopools für das Marketing an den TMV bis 15.10.2012 (2-3 Fotos pro Netzwerkpartner)
- ⤴ Erstellen eines Projektplanes mit Unterstützung des Netzwerkberaters bis Ende des Jahres 2012
- ⤴ Schärfung der touristischen Kernidee, Entwicklung von touristischen Kernprodukten und Vernetzung der Angebote mit Unterstützung des Netzwerkberaters bis Anfang des Jahres 2013
- ⤴ Erstellung eines Marketingplanes in Zusammenarbeit mit dem TMV bis Februar 2013
- ⤴ Durchführung eines Fotoshootings zu den Hauptmotiven des Netzwerkes im Frühjahr 2013