

Havelland.
Stille Deine Sehnsucht



GESCHÄFTSBERICHT 2021
TOURISMUSVERBAND HAVELLAND E.V.



INHALT

ABKÜRZUNGEN	2
VORWORT	3
STATISTIK.....	5
MESSEAKTIVITÄTEN.....	7
PRINTERZEUGNISSE	9
WEBSITEAUFTRITTE, BLOGBEITRÄGE UND KOOPERATIONEN.....	10
PROJEKTE.....	14
SONSTIGE THEMEN	17
SYSTEME	20
QUALITÄTSSICHERUNG	21
AUSSCHÜSSE UND MITGLIEDSCHAFTEN	22
PRESSEARBEIT.....	24
VERANSTALTUNGEN	25
ANSPRECHPARTNER TOURISMUSVERBAND HAVELLAND E.V.	27

ABKÜRZUNGEN

LAG	Lokale Aktionsgemeinschaft
TMB	Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
PMSG	Potsdam Marketing und Service GmbH
POI	Point of Interest (Sehenswürdigkeiten)
TI	Tourist-Information
TVH	Tourismusverband Havelland
SEO	Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung)
OSM	Open Street Map



VORWORT

Der vorliegende Geschäftsbericht gibt einen Überblick über die Arbeit des Tourismusverbandes Havelland e.V. (TVH) im Jahr 2021. Der Tourismusverband Havelland muss hinsichtlich der Entwicklung des Tourismus im Jahr 2021 aufgrund der Coronapandemie eine recht durchwachsene Bilanz ziehen. So wurden im Jahr 2021 rund 293.463 Gästeankünfte und somit ein Minus von 3,4 % im Vergleich zum Vorjahr gezählt und rund 901.145 Übernachtungen, was ein Minus von 4,0 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Positiv zu verzeichnen sind die Zugänge der Ankünfte von Gästen aus dem Ausland mit 5,8% (= 23,8% Zuwachs an Übernachtungen).

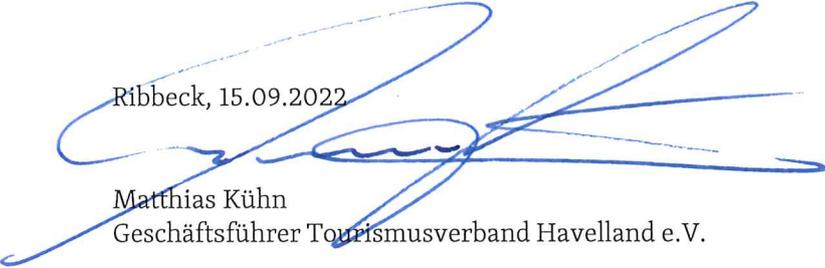
Die in den letzten Jahren in enger Zusammenarbeit mit der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH (TMB) und den lokalen Partnern begonnene konsequente Marktbearbeitung der für die Tourismusregion herausgearbeiteten Zielgruppen zeigt deutlich ihre Wirkung. Dabei musste im Jahr 2021 aufgrund der mittels Landesverordnungen erlassener Einschränkungen wesentlich agiler agiert werden. Im Ranking der Reisegebiete liegt das Havelland, gemessen an den Übernachtungszahlen, im vorderen Mittelfeld der 12 Reiseregionen in Brandenburg. Die Vision, das Havelland als unverwechselbare, wiedererkennbare Region zu gestalten, nimmt Stück für Stück Gestalt an. Hierzu ist der TVH gemeinsam mit den Touristikern und Partnern der Region aktiv dabei, diesem Ziel näher zu kommen und Arbeitserleichterungen sowie transparente Abläufe zu gestalten. Im Rahmen des Star-D-Projektes gemeinsam mit der TMB wurden verschiedene Studien angeschoben, die den Wert des Tourismus und der Marke Havelland eingehend untersuchen. Hier wurden im Jahr 2021 erste Grundlagen geschaffen. Ziel des Vorhabens ist der schrittweise Aufbau einer spürbaren Tourismusakzeptanz bis hin zu Tourismus als Pflichtaufgabe. Der Tourismus als Querschnittsbranche, so hat man sehr genau in diesem Jahr sehen können, trägt mehr als nur zu Übernachtungszahlen und Gästeankünften bei. Mit einer effizienten und marktgerechten Organisationsstruktur des Verbandes soll langfristig die Qualität gehalten und weiter ausgebaut werden. Der TVH hat wie in den letzten Jahren, das Jahr 2021 auch weiterhin dazu genutzt, seine Positionierung und Markenführung kritisch unter die Lupe zu nehmen. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt neben der Markenentwicklung und – Marketingpositionierung auf dem Aufbau eines umfassenden Marktforschungssystems und der Erarbeitung von Vorschlägen für eine optimale Organisations- und Finanzstruktur für die zukünftige Organisationsform. Der Ausbau relevanter Netzwerke steht ebenfalls stark im Fokus. Dieser Prozess wird den Verband die nächsten Jahre begleiten. Im Jahr 2022 können die ersten Arbeitsergebnisse aus den Studien und aus diesem Prozess vorgestellt werden. Dank der engen Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure konnte auch der Schritt in die Buchbarkeit der Region angegangen werden und auf der neuen Website, die in diesem Jahr gelauncht wurde, integriert werden. Auch ein neuer Onlineshop hebt das Niveau im Digitalisierungslevel hier auf eine neue Ebene. Wir als Verband sind stolz, was in nur einem Jahr erreicht werden konnte. In vielen weiteren Projekten, die im Folgenden noch detaillierter beschrieben werden, wurden große Fortschritte erzielt. Dank des großen Engagements aller Beteiligten wird die



Reiseregion Havelland als solche wahrgenommen. Wir sind daher bestrebt auch in den kommenden Jahren die den Tourismus stärkenden Aufgaben weiter zu bearbeiten und neue innovative Ansätze, die es ohne diese Krise vielleicht nicht in diesem Maße gegeben hätte, voranzutreiben.

Dies sind nur einige Aspekte, die ich in diesem Vorwort erwähnen möchte. Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle vor allem den Mitgliedern des Tourismusverbandes Havelland, die als starke Partner stets Unterstützung geben und an der gemeinsamen Idee des Havellandes mitarbeiten. Lassen Sie uns gemeinsam positiv nach vorne schauen und den eingeschlagenen Weg zielgerichtet weitergehen. Ich wünsche uns allen dafür viel Kraft, die nötige finanzielle Unterstützung und ein gutes Durchhaltevermögen.

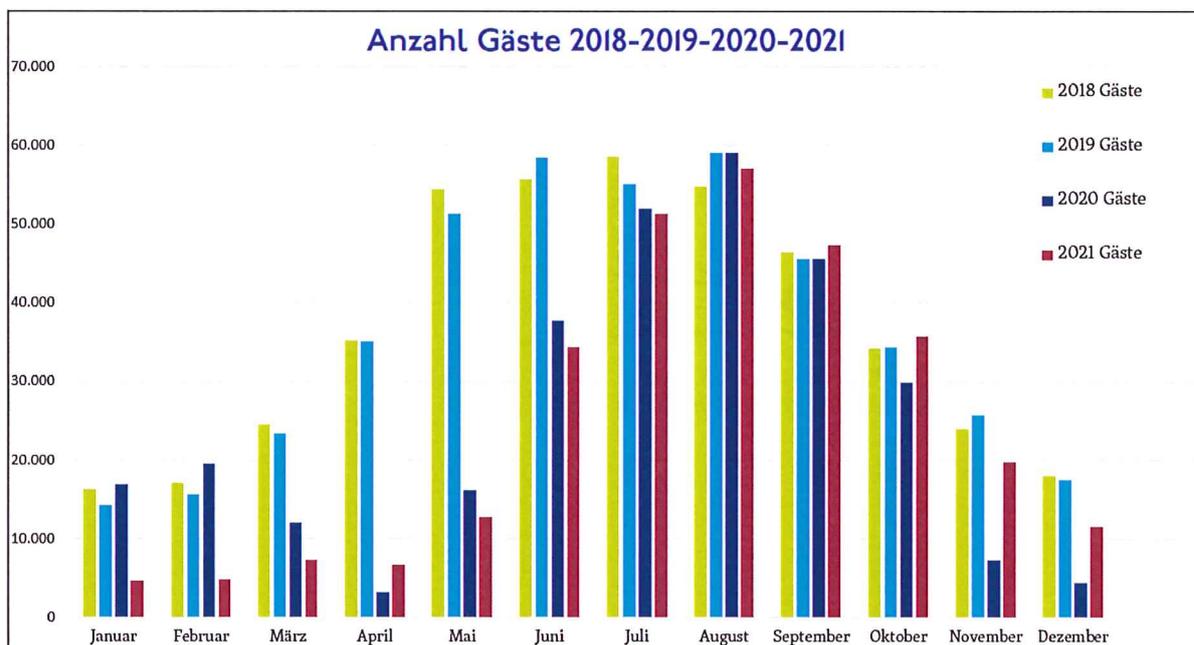
Ribbeck, 15.09.2022

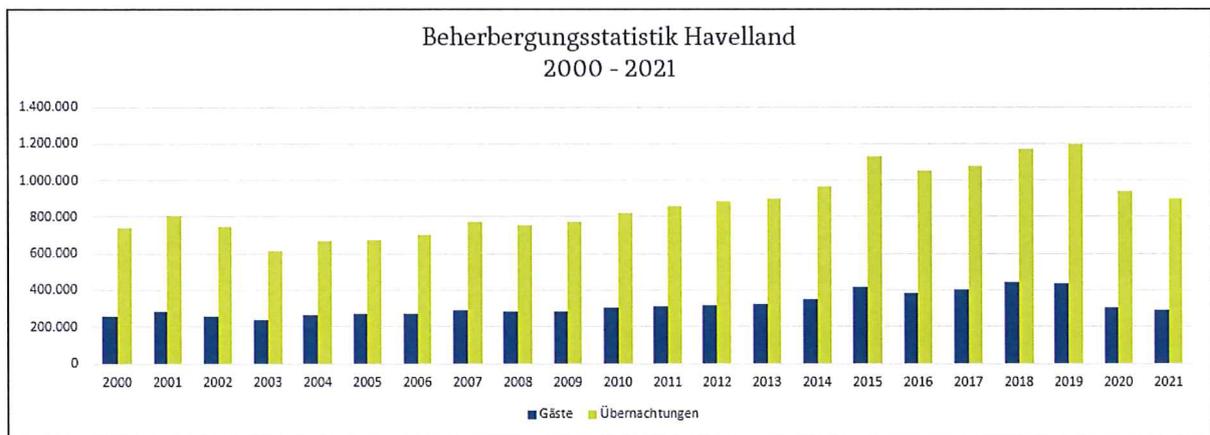
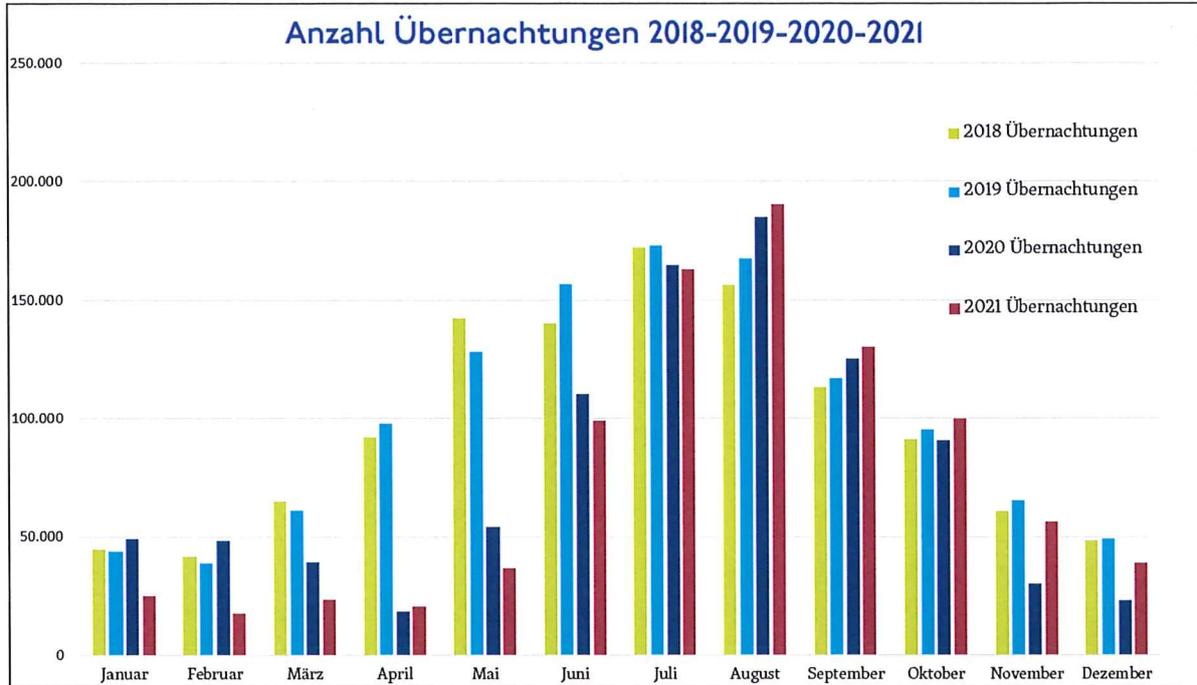


Matthias Kühn
Geschäftsführer Tourismusverband Havelland e.V.

STATISTIK

Die Aufenthaltsdauer betrug im Durchschnitt 3,1 Tage. Insgesamt lag das Gästeaufkommen bei 293.463. Im Vergleich zum Vorjahr ist ein Rückgang um 3,4% zu verzeichnen. Insgesamt liegt die Übernachtungszahl bei 901.055 und stellt damit einen Rückgang um 4% zur Vorjahr dar.





MESSEAKTIVITÄTEN

Aufgrund der anhaltenden Einschränkungen bedingt durch die Corona-Pandemie, waren Messebeteiligungen lediglich in geringem Umfang möglich.

BOOT & FUN

Die Marina in den Havelauen in Werder (Havel) bietet eine Ausstellungsfläche 15.000 m². Neben der Besichtigung von ausgestellten Booten (Motorboot, Hausboote) können die Besucher auch Zubehör oder Ausrüstung direkt vom Fachhändler erwerben. Es werden weiterhin Mitmachaktionen und Speisen & Getränke angeboten.

Für den Stand Werder-maritim sind die Revierkarten von WIR und FUN, sowie Fachzeitschriften und Havelnahe Aktivitäten die wichtigsten Produkte. Neben der Radkarte-Havelland waren die Camping- und Wanderzeit die begehrtesten Broschüren aus dem Reisegebiet Havelland. Große Nachfrage besteht bei Liegeplätzen und deren Bedingungen. Das Publikum ist gemischt – von Familien bis Rentnerpaare (wohl situiert).

TAG DER DEUTSCHEN EINHEIT (HALLE)

Die zentralen Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit 2021 fanden in Halle statt.



Der Tourismusverband war an zwei Tagen mit einem eigenen Stand im Außenbereich vertreten. Der neubeschaffte Pavillon im Havelland-Design kam erstmalig zum Einsatz. Interessierte wurden zur Reiseregion Havelland beraten und hatten die Möglichkeit Prospektmaterial zu erhalten. Besonderes Highlight für die Besucher war Hank Teufer als Theodor Fontane 2.0. Die Gelegenheit ein Erinnerungsfoto mit dem Fontane der Neuzeit zu erstellen und vor Ort auszudrucken, wurde vielfach genutzt. Mit der Durchführung der Messe in Sachsen-Anhalt, einer an Brandenburg angrenzenden Region, wurde eine der räumlichen Hauptzielgruppen des Havellandes bedient.

BERLIN TRAVEL FESTIVAL (MÄRZ / ONLINE)



Das BTF fand 2021 als Online-Format statt. Gesendet wurde an vier Abenden für jeweils 2,5h zu den Themen Safe Trips + Safe Places, Tiny Living + Slow Travel, Freedom + Adventure und Culture Tips. Interessierte hatten die Möglichkeit sich kostenfrei hinzuschalten oder die Episoden im Nachgang über die Mediathek anzusehen.

Neben den Vorträgen hatten einzelne Reiseregionen die Möglichkeit sich in kurzen Clips vorzustellen. Für das Reiseland Brandenburg wurden dazu initiiert und organisiert durch die



TMB für die einzelnen Reiseregionen Kurzbeiträge unter dem Motto Unplugged erstellt. Für die Reiseregion Havelland bestand dieser aus einem ca. 10-minütigen Interview mit der Geschäftsführung des Tourismusverbandes Havelland e.V. ergänzt durch Bilder und kurze Videoeinspieler von Tom Radzewill zum Natur- und Sternenpark Westhavelland, Sven Schönberg zum Hotel SonnIdyll in Rathenow (1. Gravitationsschlafhotel Deutschlands) und Sandra Fonarob zum Wanderblog Wanderjenosse.de.

LANDESGARTENSCHAU 2022

2022 findet die Landesgartenschau in Beelitz statt. Die Reiseregion Havelland präsentiert sich mit einzelnen Leistungsträgern im LAGA Sales Guide. Die entsprechende Akquise übernahm der TVH in 2021. Weiterhin erfolgten erste Vorbereitungen für die Teilnahme am Regionalmarkt, auf dem der TVH für zwei Tage im April 2022 vertreten sein wird.

PRINTERZEUGNISSE



WANDERZEIT

Die Wanderzeit wurde im Mai 2021 nach einem Jahr neu aufgelegt. Sie enthält touristische Wanderwege der Reiseregion Havelland und vermittelt einen ersten Überblick. Es kamen 10 weitere Wanderrouten hinzu. Neben GPX-Tracks und Wegbeschreibungen enthält die Publikation Beschreibungen und Tipps der Wanderbloggerin von Wanderjenosse.de.

Die Druckauflage lag bei 20.000 Exemplaren.

Die Wanderzeit ist anteilig über Eigenmittel und über Anzeigen finanziert.

RADELN NACH ZAHLEN

Radeln nach Zahlen erschien im September 2021 und beinhaltet alle Knotenpunkte im Havelland sowie angrenzender Regionen. Die Publikation wurde nach vier Jahren überarbeitet und enthält nun auch Knotenpunkte aus der Region Potsdam-Mittelmark sowie kontrollierte Tourenvorschläge.

Die Druckauflage lag bei 30.000 Exemplaren. Die Knotenpunkt-karte ist anteilig über ein Sonderprojekt durch den Landkreis Havelland und über Anzeigen finanziert.



Havel-Radweg

Für diese Publikation erfolgte ein Nachdruck über 25.500 Exemplare, wovon der Tourismusverband 5.000 Stück übernommen hat. Die restlichen Exemplare wurden durch die Projektpartner Altmark, Tourismusverband Prignitz, Tourismusverband Ruppiner Seenland, Bezirksamt Spandau und Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf erworben.

Die Publikation zu Regionalen Produkten „Aus dem Havelland“ wurde vorbereitet. Die Veröffentlichung erfolgt im Jahr 2022. Weitere Publikationen wurden in diesem Geschäftsjahr aufgrund verbleibender Lagerbestände nicht aktualisiert.

Die Prospekte wurden zur weiteren Verteilung und Auslage an die Tourist-Informationen, die touristischen Infopunkte, die TI am Flughafen BER, Partner der Region wie Hofläden und andere Verkaufsstellen oder Unterkünfte und die TMB gegeben. Eine weitere Verteilung erfolgte auf Messen und über direkte Prospektbestellungen von Reiseinteressierten über die Website des TVH.

Weiterhin unterstützte der TVH externe Publikationen mit inhaltlicher Zuarbeit (z.B. Landurlaub für pro agro, Heimatreisen Travel Club, verschiedene Reiseführer, Landespublikationen, etc.)

WEBSITEAUFTRITTE, BLOGBEITRÄGE UND KOOPERATIONEN

FONTANE.RAD

In Kooperation mit dem Tourismusverband Ruppiner Seenland, dem Tourismusverband Prignitz und der PMSG wurde die Microsite zur Fontane.Rad-Route im Webauftritt von reiseland-brandenburg.de der TMB fortgeführt. Dabei wurden einzelne POIs aktualisiert. Die Printausgabe hingegen wurde nicht angepasst. Langfristig ist ein Anschlussprojekt erforderlich, sodass die Weiterentwicklung der Route vorangetrieben werden kann. Aus diesem Grund ist angedacht, das Projekt bei der LAG Havelland in die neue Regionalentwicklungsstrategie (RES) aufzunehmen.

HAVEL-RADWEG

Hierbei handelt es sich um ein Kooperationsprojekt zwischen Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte, Tourismusverband Ruppiner Seenland, Berlin Spandau, PMSG, Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband, Tourismusverband Prignitz und Tourismusverband Havelland. In Zusammenarbeit wurde auch hier eine Microsite im Webauftritt von reiseland-brandenburg.de der TMB erstellt. Der Tourismusverband ist für die Aktualisierung der regionseigenen POIs zuständig und übernimmt einen redaktionellen Part auf der Microsite.

FAMILIENKAMPAGNE



Die Familienkampagne ist ein Kooperationsprojekt mit der TMB. Im August 2021 wurde in diesem Zusammenhang mit einer Bloggerfamilie und der externen Fotografin Julia Nimke eine Bloggerreise im Havelland durchgeführt.

Ziel war die Bereisung von medientauglichen touristischen Punkten. Die Reise wurde anschließend zu einer emotionsreichen Dokumentation zusammengefasst, die auf dem Blog „planet hibbel“

(<https://planethibbel.com/familienzeit-in-brandenburg-7-tipps-fuer-den-idyllischen-naturpark-westhavelland/>) der Bloggerfamilie, Social Media Kanälen sowie Websiteauftritten von TMB und TVH, und der Printpublikation „Familienzeit“ der TMB veröffentlicht. Die Familienzeit ist über www.shop.dein-havelland.de erhältlich. Die Reise setzte sich zusammen aus einem Besuch der Stadt Rathenow mit Besichtigung des Optikparks und des Optik Industrie Museums, Übernachtung im Hotel Sonn`Idyll (1. Gravitations-schlafhotel Deutschlands), einem Ausflug mit dem Sternenanhängen in den Natur- und Sternenpark





Westhavelland, einem Golfausflug ins Golfresort Semlin, einer Kanutour über die Gülper Havel, Erlebnisfischen sowie leckerem Essen bei Fischer Schröder in Strohdene. Finanziert wurde die Kampagne über Eigenmittel und Bartergeschäft. Der TVH nutzt den Content über die Kampagne hinaus auf der eigenen Website in Kombination mit anderen Familienangeboten und für weitere Veröffentlichungen mit Ausflugstipps.

GASTFREUNDSCHAFT MIT VERANTWORTUNG

Die Initiative „Gastfreundschaft mit Verantwortung“ wurde in 2021 in Kooperation mit den Leistungsträgern der Reiseregion Havelland und der TMB fortgeführt. Ziel war die Kommunikation von Services und Hygienemaßnahmen an potenzielle Gäste. Insbesondere während der Corona-Zeit sollte so vermittelt werden, dass Schutzmaßnahmen in Unterkünften, gastronomischen Einrichtungen und weiteren Betrieben eingehalten werden, ggf. neue Services in diesem Zusammenhang entstanden sind und der Gast eine sichere Reise erleben kann.



WE-SHARE

Die TMB startete eine Brandenburgweite Kooperation mit allen Reisegebieten. Der TVH leistete inhaltliche Zuarbeit zu geeigneten POIs und Touren für die Reiseregion Havelland, die in die Kommunikation von dem Carsharing-Anbieter WeShare aufgenommen wurden. WeShare nutzt 100% elektrische Fahrzeuge. Im Sinne kooperativer Kommunikationsansätze erschienen Beiträge in Blogs, auf Social Media Kanälen sowie im Webauftritt. Ziel der Aktion war es, die Bewohner Berlins ins Brandenburger Umland zu locken. Unterstützt wurde dies zudem durch kostenfreie Parkangebote für WeShare-Nutzer inkl. Lademöglichkeiten für E-Fahrzeuge an den POIs.

ANZEIGENKOOPERATION SPANDAU



Von allem das Beste – unter diesem Leitsatz wurde in Kooperation mit Berlin Spandau eine gemeinsame Anzeige gestaltet mit Bezug zum die Regionen verbindenden Element, dem Havel-Radweg. Durch die Aufwandsteilung konnte via Mairdu mont sowohl eine Publikation in der neuen Marco Polo Freizeitkarte „Berlin und Umgebung“ als auch im erstmals aufgelegten Kompass Radreiseführer „Havel-Radweg“ erfolgen und somit die mediale Präsenz für beide Seiten erhöht werden. Finanziert wurde die Anzeige aus Eigenmitteln bzw. durch Kostenteilung mit Berlin Spandau. Die Kooperation ist ein gutes Beispiel einer funktionierenden Stadt-Umland-Vernetzung.

PODCAST REISEN REISEN

Im Mai 2021 bereiste Michael Dietz von „Reisen Reisen – Der Podcast“ den südlichen Teil der Reiseregion Havelland. Infolgedessen entstand ein Podcast zu Kloster Lehnin, Schwielowsee, Caputh und Ferch, zu hören über Apple, Spotify, Deezer und weiteren Podcastanbietern unter dem Titel „Brandenburg & Havelland“. Laut Apple zählt Reisen Reisen zu den besten deutschen Podcasts 2021.



(<https://www.ifun.de/apple-veroeffentlicht-podcast-bestenlisten-fuer-2021-179049/>)

Die Finanzierung erfolgte aus Eigenmitteln. Durch die Kooperation mit der PMSG und dem Tourismusverband Fläming konnten Kosten für An- und Abreise reduziert werden, zudem ergänzen sich die Berichterstattungen durch die räumliche Nähe, wovon letztendlich auch potenzielle Gäste profitieren.

DEIN-HAVELLAND.DE ONLINE-SHOP

Zur Jahresmitte 2021 wurde der neue Online-Shop des Tourismusverbandes produktiv gesetzt. Ziel war es, Prospekt- und Shop-Bestellungen in einem System zusammenzuführen und interne Prozesse folglich zu vereinfachen. Weiterhin wurde die Anwenderfreundlichkeit und Übersichtlichkeit erheblich verbessert. Das Design wurde aktualisiert und die Darstellung der Produkte optimiert, u. a. durch neue Produktbilder und ansprechende Beschreibungen unter Einhaltung von SEO-Empfehlungen. Damit wurde die Auffindbarkeit des Havellandes im Internet verbessert. Weiterhin sind nun Verlinkungen auf den Social Media Kanälen und anderen Plattformen nutzbar. In 2022 soll zudem die Verknüpfung zum neuen CRM-System erfolgen, sodass Lieferscheine und Rechnungen automatisiert generiert werden sowie Kundendaten in der Datenbank erfasst, für weitere Ansprache verwendet und Bestellverhalten ausgewertet werden können. Ein weiterer Fortschritt ist die neue Bezahloption via Paypal. Sowohl die Anpassung des Online-Shops als auch die neue Bezahlvariante haben zu einem Anstieg der Bestellungen geführt. Die Finanzierung erfolgte über Sonderprojekte durch die Landkreise Havelland und Potsdam-Mittelmark.





INSTAGRAM UND FACEBOOK

Der Tourismusverband Havelland nutzt die Social Media Kanäle Instagram und Facebook. Die Kanäle werden auf sämtlichen Veröffentlichungen kommuniziert und erhöhen die Erreichbarkeit der Zielgruppen des TVH. Über die Kanäle werden sowohl eigene Aktionen, Produkte und Veranstaltungen vermarktet als auch die von Partnern mittels Reposts. Um gewonnene Follower nicht zu verlieren, ist es erforderlich permanent in einheitlicher Wort- und Bildsprache über die genannten Kanäle zu kommunizieren. Das Bespielen weiterer Kanäle ist aufgrund des hohen Aufwands nicht leistbar.

TAGESSPIEGEL

Analog dem Vorjahr erfolgte eine Beteiligung an der Sonderausgabe „Tagesspiegel Unterwegs Brandenburg“. Die Reiseregion Havelland wird auf der Rückseite sowie im Innern des Magazins mit einem halbseitigen Advertorial beworben. Hierbei wird auf ein etabliertes Medium zurückgegriffen, das ganzjährig bei den Leser zu Hause liegt und Inspiration bietet. Die Rückseite bringt dabei unerschwinglich immer wieder das Havelland ins Spiel. Zielgruppe sind Einheimische und Besucher der Region Berlin-Brandenburg, die gerne reisen, entdecken und Ausflüge unternehmen. Das Magazin wird mit einer Auflage von 30.000 Stück gedruckt und ist für 10,80€ im Einzelhandel, an Sonderverkaufsstellen, im Bahnhofsbuchhandel, im Tagesspiegel Shop sowie digital als ePaper und auf readly.com und iKiosk.de erhältlich. Die Maßnahme wurde mit Eigenmitteln finanziert, zusätzlich erhielt der Tourismusverband 200 Exemplare für seine Mitglieder.



Noch viele weitere besondere Orte um den Sternenhimmel zu beobachten finden Sie unter: www.dein-havelland.de/sternenpark

f [havellandsehnsucht](https://www.facebook.com/havellandsehnsucht) @ [havellandsehnsucht](https://www.instagram.com/havellandsehnsucht)



PROJEKTE

STERNENPARK

Der TVH ist Mitglied der Steuerungsgruppe Sternepark. Ziel des Zusammenschlusses war die Ausschreibung der Erstellung eines Konzepts und partiellen Umsetzung einzelner Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung und touristischen Weiterentwicklung des Sterneparks. Der TVH sorgte für die Einbindung von Leistungsträgern und die Vernetzung der Akteure im Sterneparkprojekt. Dies erfolgte beispielsweise durch das Einbringen von Verteilern (Übernachtungsanbieter, Gastronomen, Kommunen), Kontakten und einem bestehenden Netzwerk. Dabei wurden zudem Synergien zu anderen Projekten hergestellt, dazu zählt unter anderem die Fontane.Rad-Route. Die konkreten Inhalte können dem Projektabschlussbericht entnommen werden. Der TVH brachte dabei nicht unerheblich personellen Aufwand ein.

GENUSS ZUM MITNEHMEN



Genuss zum Mitnehmen ist ein Kooperationsprojekt mit der PMSG. Ziel ist es, eine kleine Auswahl regionaler Produkte praktisch zum Mitnehmen zu verpacken, sodass diese unterwegs verzehrt werden können. Wander- und Radwege, denen es an gastronomischen Versorgungseinrichtungen mit Möglichkeit zur Einkehr fehlt, sollen mit diesem Produkt aufgerüstet werden. Im Fokus liegt dabei die Fontane.Rad-Route. Eine passende Tüte sowie ein erstes Konzept wurde im Rahmen des Projektes bereits erarbeitet.

Sogar erste Anbieter aus dem westlichen Havelland beteiligen sich bereits und bieten die Tüte mit herzhafter, süßer Speise sowie einem Getränk zum Verkauf an. Seitens des TVH erfolgte eine Einbindung auf der Website: <https://www.dein-havelland.de/genuss-zum-mitnehmen>. Zur Vorstellung wurde im Sommer eine Presseveranstaltung mit der PMSG und TMB im Sanddorngarten in Petzow initiiert. Das Projekt ist aus Eigenmitteln finanziert, es erfolgt eine Kostenteilung mit der PMSG. Genussstüten wurden bereits produziert. Eine Fortführung des Projekts und das Kopieren der Idee ist gewünscht und die Ausweitung beabsichtigt.



REGIONALE PRODUKTE

Bei den Regionalen Produkten handelt es sich um eine Fortführung eines LAG Kooperationsprojektes zwischen den aktuellen Partnern LAG Havelland, LAG Fläming-Havel, den Kreisbauernverbänden Havelland und Potsdam-Mittelmark, den Landkreisen Havelland und Potsdam-Mittelmark, der Stadt Potsdam, der Stadt Brandenburg an der Havel sowie dem Natur- und Sternepark Westhavelland. Ziel ist die weitere Vernetzung von regionalen Produzenten, Gastronomen und Verkäufern mit touristischen Akteuren wie Gastronomen, Unterkünften und Freizeiteinrichtungen. Im Geschäftsjahr 2021 wurde hierzu auch die RegioApp implementiert, mit der die Anbieter eine verbesserte Kommunikation und Reichweite erlangen. Zudem wurde eine Neuauflage der Regionalen Produktkarte erarbeitet. Die Marke „Aus dem Havelland“ wurde ausgebaut und ein Design entsprechender Sticker zur Kennzeichnung regionaler Produkte weiterentwickelt. Das Projekt wird 2022 fortgeführt. Die Finanzierung erfolgte über die beteiligten Projektpartner, der TVH hält die Projektleitung und bringt wesentlichen personellen Aufwand ein.



BESCHILDERUNG MÖTHLOW



In der Kooperation eines KLI-Projekts (kleine lokale Initiative) mit einem örtlichen Verein (DWAI e.V.) wurde eine touristische Beschilderung für den Ort Möthlow entworfen. Ziel war die Erstellung eines Leitfadens anhand eines Beispielprojektes, der anderen Kommunen als Handreichung zur Erstellung einer touristischen Beschilderung für Gäste und Einheimische dient. Möthlow stellte dabei die Pilotkommune dar. Entstanden ist ein Ortsplan inkl. Beschreibungstafel sowie ein „schwarzes“ Brett angelehnt an das CD/CI des Havellandes. Mittels einer einheitlichen

Darstellung soll langfristig sichergestellt werden, dass der Gast und auch die Einheimischen einen Wiedererkennungswert haben und sich im Havelland orientieren können. Der Tourismusverband beteiligte sich hierbei finanziell mit Eigenmitteln, sodass die zugehörigen Kommunen dieses weiter nutzen.

STAR-D

StarD ist ein Förderprogramm zur Unterstützung der Brandenburger Reiseregionen bei Corona-bedingten Veränderungsprozessen. Das zugehörige Budget wurde durch die TMB verwaltet. Seitens des TVH erfolgte die Budgetverwendung für folgende Marktforschungsinstrumente:

- Destination Brand

Bei der Destination Brand Studie wurde die Markenstärke des Havellandes (Wie bekannt ist das Havelland?) untersucht sowie im Bereich Themenkompetenz ermittelt, für welche Kompetenzen (z.B. Radfahren, Wandern, Wellnessangebote nutzen, Familienangebote nutzen) das Havelland wahrgenommen wird. Im Rahmen der Studie werden 1.000 Personen unterschiedlicher sozialer Gefüge und Altersklassen befragt.



- Wirtschaftsfaktor Tourismus

Im Rahmen des Wirtschaftsfaktors Tourismus wurde die gesamte Reiseregion Havelland betrachtet (LK HVL, LK PM und Brandenburg an der Havel). Es erfolgte eine Wertschöpfungsanalyse bzw. wurde die Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft in der Region verdeutlicht. Die Ergebnisse dienen beispielsweise als Argumentations- und Planungsgrundlage für den Einsatz von Fördermitteln. Die Wirtschaftskraft im Bereich des grauen Marktes mit Kleinstanbietern wie Hausbooten gilt es genauer zu betrachten.

- Open Street Map

Es erfolgte eine Aufbereitung der Wegedaten und eine Korrektur der vorhandenen Tracks in OSM. Die Daten werden für andere Portale wie ourdooractive und komoot genutzt.

FUN

Die Reviereröffnung fand im März statt. Aufgrund der anhaltenden Corona-Lage entschied man sich für eine online-Durchführung. Mit den Kommunen der FUN-Initiative wurde die Wasserwanderkarte überarbeitet. Das Folgejahr wurde anschließend in der FUN-Beiratssitzung im Herbst vorbereitet.

SONSTIGE THEMEN

AUFGABEN IM ZUSAMMENHANG MIT CORONA

Im Zusammenhang mit Corona ergaben sich zusätzliche Aufgaben. Die größte Herausforderung bestand in den sich permanent ändernden Regelungen. Ziel war es, die Gastgeber in der Umsetzung der geltenden Verordnungen zu unterstützen. Sich ändernde Vorschriften wurden dabei in teilweise vereinfachter Form kommuniziert. Hilfestellung boten die regelmäßig erschienenen Newsletter des TVH sowie zusätzliche Informationen auf der Website. Regelmäßig wurden Stimmungsabfragen durchgeführt, um zielgerichtet unterstützen zu können. Zudem wurden dahingehende telefonische Anfragen entgegengenommen und an die entsprechenden Auskunftsstellen weitervermittelt.

FOTOS HAVELLAND



Es wurden weitere Imagebilder für die neue Website, den Social-Media-Bereich und Printpublikationen erstellt. Dies erfolgt stets unter Beachtung und Fortführung der vorhandenen Bildsprache entsprechend des Corporate Designs für die Region.

TOURISTISCHER INFOPUNKT IN FRIESACK



Im September erfolgte eine Kooperation mit einem örtlichen Verein in Friesack, um eine Anlaufstelle für Touristen zu schaffen. Nach vorbereitendem Austausch, der Lieferung von Informationsmaterial zur Reiseregion Havelland sowie die Abstimmung regelmäßiger Öffnungszeiten, befindet sich im Heimathaus mit Bibliothek in Friesack nun ein touristischer Info-Punkt.

Dieser wurde zudem in die Kommunikation für das Reisegebiet und POI aufgenommen.

ADVENTSKALENDER

Auch zur Vorweihnachtszeit 2021 konnten sich Websitebesucher wieder an einem Online-Havelland-Weihnachtskalender erfreuen. Verschiedene Leistungsträger stellten kleine Gewinne zur Verfügung und wurden hinter den einzelnen Türrchen je Kalendertag vorgestellt.

Der Kalender wurde crossmedial über die Presse sowie die Social Media-Kanäle des TVH beworben.



DATENBANKPFLEGE/ VERANSTALTUNGSKALENDER

Weiterhin erfolgte eine fortlaufende Pflege der POIs in der DAMAS-Datenbank der TMB. Diese werden zur Auspielung auf der Website des TVH genutzt. Zudem werden in DAMAS Veranstaltungen eingegeben, die somit auf reiseland-brandenburg.de, der DB Ausflugs-App und der des ADAC sowie auf der Website des TVH ausgespielt werden. Veranstaltungen werden zum Teil von den Leistungsträgern an den TVH gemeldet. Überwiegend erfolgt die Informationsbereitstellung jedoch in Eigenrecherche, sodass eine stetige Aktualität sichergestellt werden kann. Zur Weiterentwicklung der DAMAS-Datenbank hin zum Tourism Data Hub befindet sich der TVH in einer Arbeitsgruppe der TMB zur weiteren Abstimmung.

RES-FORTSCHREIBUNG DER LOKALEN AKTIONSGRUPPEN

Die Lokalen Aktionsgruppen erarbeiteten in 2021 eine Fortschreibung der Regionalentwicklungsstrategien. Die Inhalte wurden in einzelnen Strategieworkshops gemeinsam mit Vertretern unterschiedlicher Bereiche erarbeitet. Durch den TVH erfolgte sowohl eine Beteiligung an der Regionalen Entwicklungsstrategie für die LAG Fläming-Havel als auch für die LAG Havelland.

STELLUNGNAHMEN

Der TVH wird von Mitgliedern als auch Nicht-Mitgliedern zu verschiedensten Projekten um eine Stellungnahme gebeten. Häufig sind diese eine explizite Forderung für den Erhalt einzelner finanzieller Förderungen. Weitere Stellungnahmen erfolgen im Zusammenhang öffentlicher Beteiligungen bei Projekten öffentlicher Einrichtungen. Im Jahr 2021 hat die Anzahl der angefragten Stellungnahmen im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Da die Erstellung einer qualitativ angemessenen Stellungnahme einen erheblichen Personalaufwand erzeugt, ist für 2022 eine Preiserhöhung vorgesehen.

STUDENTISCHE ANFRAGEN

Studentische Anfragen erhält der TVH zu unterschiedlichen Themenfeldern. Im Geschäftsjahr 2021 unterstützte der Verband einen Studenten aus Leipzig bei einer Umfrage zur Online-Buchbarkeit bei Bootsvermietern und eine Masterstudentin der HU Berlin zum Thema Photovoltaikanlagen und deren Auswirkungen auf den Tourismus. Weiterhin übernahm die Geschäftsführung des TVH einen Teil der Vorlesung zum Thema „Einführung in die Tourismuswirtschaft des dualen Studiengangs Tourismuswirtschaft am Campus Mainz der IU International University, ehem. IUBH. Die Durchführung erfolgte digital.

BERATUNG UND PRODUKTENTWICKLUNG

Im Bereich der Produktentwicklung und Workshops fanden Termine zum Sternepark, diversen Radwegen und potentiellen Übernachtungsprojekten wie beispielsweise Camping, TinyHousing (aufbauend auf das Projekt Dorfwiese) und Infrastrukturthemen statt. Besonderes Augenmerk wird dabei stets auf vorhandene Fördermöglichkeiten gelegt.

Darüber hinaus fanden Workshops für die Themen Genuss zum Mitnehmen, einer Kooperation mit Potsdam, statt sowie zu den Themen Gesundheitstourismus in Kooperation mit der TMB. Auch die Produkte Knotenpunktwegweisung wurden erneut beleuchtet und zum Teil durch einzelne Mitarbeiter des TVH abgefahren, um eine verlässliche Qualität nach außen tragen zu können.

WIRTSCHAFTSFORUM

Der TVH wurde zum Wirtschaftsforum Potsdam-Mittelmark eingeladen, um über den Tourismus im Havelland und seine im Fokus stehenden Aktivitäten sowie die Arbeit des Verbandes zu sprechen. Das Wirtschaftsforum PM organisiert regelmäßig im Auftrag der kreislichen Wirtschaftsförderung den Treffpunkt Wirtschaft PM. Es erfolgt eine Beteiligung der Tourismusverbände. In 2021 wurde vorrangig die Krisenzeit thematisiert, aber auch allgemeine Maßnahmen wurden beleuchtet.

CAMPINGPLATZTOUR 2021



Die Campingplatztour 2021 des Landesmarketings führte am 23.07.2021 auf den Campingplatz Himmelreich in Schwielowsee OT Caputh. Ziel der Campingplatztour ist es, wie in den letzten Jahren, Gäste des Landes Brandenburg auf eine besondere Art willkommen zu heißen, mit ihnen über Erlebnisse in der Region ins Gespräch zu kommen, regionale Tipps für ihre Urlaubsgestaltung an die Hand zu geben und sie folglich nachhaltig für Brandenburg und die Reiseregion Havelland einzunehmen. Zur Frühstückszeit zogen der

TVH und weitere Vertreter des Landesmarketings und Partner über den Campingplatz. In der im Design des Landesmarketings gebrandeten Schubkarre und einem im Design des Havellandes gebrandeten Bollerwagen befanden sich für die Gäste neben Bier und regionalen Agrarerzeugnissen, Giveaways und Werbeprodukte aus der unmittelbaren Region. Exklusiv für das Jahr 2021 wurden knallrote Frisbeescheiben mit der Aufschrift: "Brandenburg - Perfekt, um große und kleine Würfe zu landen" verteilt. Neben dem Tourismusverband waren auch Partner von der Tourismusinformation Schwielowsee mit einem Elektrolastenrad und vielen weiteren Informationen mit im Team. Die Aktion wurde coronagerecht durchgeführt und medial über die Kanäle der einzelnen Partner und durch die Presse begleitet.



SYSTEME

CRM-SYSTEM



Das neue CRM-System des Tourismusverband Havelland ermöglicht eine geeignete Verwaltung und Nutzung sämtlicher Kontaktdaten des TVH, die Abbildung von Prozessen im Rahmen des Projektmanagements sowie die

Darstellung des Rechnungslegungsprozesses insbesondere im Zusammenhang mit dem Online-Shop inkl. zugehöriger Produkt- und Lagerverwaltung. Mit dem System können Daten zentral abgelegt und projekt- wie auch kontaktbezogen abgerufen werden. Diverse Auswertungen ermöglichen eine ideale Verwendung der Daten und zielgerichtete Kundenansprache. Zudem werden die notwendigen Anwendungen für die Mitarbeiter reduziert, da möglichst viele Arbeitsvorgänge über das CRM-System abgebildet werden können. Das System wurde eingekauft und schrittweise an die Bedürfnisse des TVH angepasst. Die Mitarbeiter wurden in der Anwendung entsprechend geschult. Aufgrund des großen Funktionsumfangs sind weitere Schulungen in 2022 geplant.

DESTINATION SOLUTION

Mit Destination Solution soll das Havelland buchbar werden. Dabei werden die Gastgeber sowohl auf der Website des TVH als auch in vielen weiteren bekannten Buchungsportalen ausgespielt. Im Geschäftsjahr 2021 wurden in Vorbereitung auf



die Nutzung des Systems bereits die hinterlegten AGB seitens des Tourismusverbandes angepasst. Mit den Tourist-Informationen wurden Kooperationsvereinbarungen abgeschlossen. Anhand der Postleitzahlen wurde sich auf Zuständigkeitsbereiche als Datenhalter geeinigt. Für die genannten Bereiche übernehmen die jeweils zuständigen Parteien die Akquise und Betreuung der Gastgeber. Zum Vertragsabschluss zwischen Datenhalter/Vermittler und Gastgeber wurden seitens des TVH einheitliche Vermittlungsverträge erarbeitet. Es fanden bereits erste Backend Schulungen statt sowie einige Systemanpassungen zur Einbindung in das Layout der Website des TVH.



QUALITÄTSSICHERUNG

DTV-KLASSIFIZIERUNGEN

Die Durchführung von DTV-Klassifizierungen wird weiterhin als eine vieler Möglichkeiten zum Erhalt eines Qualitätsstandards wahrgenommen. Insgesamt ist jedoch zu verzeichnen, dass die Anzahl der Klassifizierungen eher rückläufig ist. Für das Jahr 2022 plant der DTV eine Anpassung der aktuellen Kriterien sowie eine Umstellung des vorhandenen Systems. Mit einhergeht eine Preissteigerung.

BETT + BIKE

Mit dem Qualitätssiegel des ADFC können nach Prüfung radfreundliche Unterkünfte ausgezeichnet werden. Auch im Geschäftsjahr 2021 wurden einige Unterkünfte dahingehend geprüft und zertifiziert. Im kommenden Geschäftsjahr wird die Durchführung von Bett+Bike-Zertifizierungen aufgrund begrenzter personeller Ressourcen des TVH nicht mehr möglich sein.

SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND

Zum Erhalt und Ausbau der Service Qualität hat der überwiegende Anteil der Mitarbeiter des TVH die ServiceQ Schulung durchlaufen. Ziel ist die erneute Zertifizierung des TVH in der Q-Stufe I. Eine Umsetzung konnte aufgrund begrenzter personeller Ressourcen im Geschäftsjahr 2021 nicht erfolgen, wird jedoch langfristig angestrebt.

BARRIEREFREIHEIT

Der TVH wirkt aktiv im Stammtisch barrierefreies Reisen mit. Dieser bearbeitet aktuell folgende Themen: Wie erreichen wir die Zielgruppe? Welche barrierefreien Angebote lassen sich entwickeln? Welche Rolle spielen Kooperationen? Des Weiteren gab es Informationen zum barrierefreien Tourismus auf Landesebene und aus den Regionen und den Erfahrungsaustausch der Teilnehmer.



AUSSCHÜSSE UND MITGLIEDSCHAFTEN

MITGLIEDER DES TOURISMUSVERBANDES

Der Tourismusverband hat zum 31.12.2021 152 Mitglieder zu verzeichnen.

Im Geschäftsjahr 2021 waren zwei Austritte wegen Geschäftsaufgabe zu verzeichnen.

- Pferdehof Bialek in Tremmen
- Hotel und Restaurant Helenenhof in Tietzow

Folgende Mitglieder sind im Geschäftsjahr 2021 in den Verband eingetreten:

- Visit Dark Skies GmbH
- Jürgen Leyer mit Hausboothavel
- Bahnhofszeit ein Zukunftsort im Havelland
- Sanddorngarten Petzow
- Havel-Therme GmbH

MITGLIEDSCHAFT KLOSTER-LEHNIN

Ende des Jahres 2020 fand bereits ein Pitch bezugnehmend auf die Entscheidungsfindung der Mitgliedschaft der Gemeinde Kloster Lehnin statt. 2021 wurde die Kommunikation weiterhin aufrechterhalten. Das Ergebnis war die Beitrittsentscheidung zum 01.01.2022.

MITGLIEDSCHAFTEN/MITARBEIT DES TVH IN ANDEREN VERBÄNDEN, ARBEITSGRUPPEN UND BETEILIGUNGEN

Der TVH ist in folgenden Verbänden/Arbeitsgruppen vertreten:

- RPOS - Regionalpark Osthavelland Spandau
- Tourismusstammtisch Spandau
- KNF - Kommunales Nachbarschaftsforum
- ERFA - Digitalisierung der TMB
- Kuratorium Sternenpark Westhavelland
- Vorstand LAG Havelland
- Mitglied LAG Fläming-Havel
- Mitglied LTV Brandenburg
- Vorstand proagro
- AK Destima der TMB - Arbeitskreis Destinationsmanagement
- Netzwerk Natur Aktiv Brandenburg
- Natura2000 - Naturschutzfonds
- Redaktionsmeeting TMB
- Innovationsbündnis Havelland
- AG Barrierefreiheit
- Netzwerktreffen Raumpioniere
- Mitwirkung in der Jury „Unser Dorf hat Zukunft“



- Mitwirkung Jury Wirtschaftsförderpreis des Landkreises Havelland
- Marketing AG
- AG Tourist-Information
- Steuerungsgruppe Regionale Produkte
- AG Sternenpark
- Digitalisierungsausschuss
- AG Fontane.Rad
- Stammtisch Kultur



PRESSEARBEIT

PRESSEMELDUNGEN

Der TVH informiert fortlaufend mittels Pressemeldungen, über die lokalen Medien hinaus, zu aktuellen Aktionen, Veranstaltungen und Produkten und Themen.

Folgende Pressemeldungen wurden im Geschäftsjahr 2021 herausgegeben:

- Initiative „Gastfreundschaft mit Verantwortung“ – Erste Anbieter im Havelland (10.03.2021)
- Was kommt denn da in die Tüte? Das Havelland und Potsdam bringen gemeinsam das Projekt „Genuss zum Mitnehmen“ auf den Weg (11.05.2021)
- Impulse für die Zukunft – Tourismustag der Reiseregion Havelland (01.10.2021)
- Impulse für die Zukunft – 4. Tourismustag der Reiseregion Havelland (15.10.2021)

PRESSEREISEN

Im Geschäftsjahr 2021 wurde durch den TVH die Oldtimerpressereise in Kooperation mit dem ADAC organisiert. Weiterhin wurde in Kooperation mit der TMB eine Pressereise nach nach Brandenburg an der Havel in Kombination mit dem Westhavelland zum Erlebnisfischen und zu einer Vogelführung im Naturschutzgebiet am Gülper See. Diese wurde sogar wiederholt das Teilnehmer kurzfristig erkrankten und ein zweiter Termin gefunden wurde.

NEWSLETTER

Der TVH erstellt in regelmäßigen Abständen seinen B2B-Newsletter. Aufgrund der Themen im Zusammenhang mit Corona wurde die Frequenz im Geschäftsjahr 2021 erhöht. Der Newsletter enthält aktuelle Themen aus dem Touristikbereich und wird an alle Mitglieder, Partner der Region und Tourismus-Interessenten verschickt. Die Anmeldung ist über die Webseite des TVH möglich. Ein B2C Newsletter ist aufgrund begrenzter personeller Ressourcen des TVH noch nicht umsetzbar.

VERANSTALTUNGEN

MITGLIEDERVERANSTALTUNG

Aufgrund der anhaltenden Corona-Lage fand die Mitgliederversammlung erst im zweiten Quartal des Jahres Ende Juni statt. Die Durchführung erfolgte im Hangar des Flugplatzes Bienenfarm. Nach langer Zeit war wieder eine Umsetzung in Präsenz möglich, was auf großen Zuspruch traf und die Gelegenheit zum Austausch wurde durch die Mitglieder gern angenommen.

TOURISMUSTAG



©Tourismusverband Havelland e.V./Steven Ritzer

Der vierte Tourismustag Havelland fand Mitte Oktober statt. Aufgrund von Corona konnte dieser für 2020 geplante Tag nicht umgesetzt werden und wurde daher in das Folgejahr verschoben. Ziel des Formats Tourismustag ist es, die Teilnehmer zu inspirieren und mit Ihnen gemeinsam den Tourismus von morgen zu gestalten. Passend dazu stand der Tag in diesem Jahr unter dem Thema „Impulse für die Zukunft finden“. Als besonderer

Veranstaltungsort wurde das Filterhaus in Werder (Havel) gewählt. Dieses zeigt ganz deutlich den Bezug zur Vergangenheit und gleichzeitig den Schritt in eine moderne Zukunft. Ausgewählte Referenten sprachen zu Konfliktkosten und Konfliktmanagement, Transparenten Wissenstransfer, Fachkräfteförderung, Wertschöpfung durch Wertschätzung, New Work und Unternehmensnachfolge. Eingeladen waren Interessierte aus und rund um die Tourismusbranche der Reiseregion Havelland. Die rund 60 Teilnehmer lauschten gespannt den Vorträgen und nutzten die Gelegenheit zum Netzwerken. Die Durchführung erfolgte wie gewohnt als Kooperationsprojekt mit der IHK Potsdam. Die Kosten wurden dahingehend geteilt.

WASSERTOURISTISCHE SCHULUNG

Die Wassertouristische Schulung konnte aufgrund der anhaltenden Corona-Lage im Geschäftsjahr 2021 nicht stattfinden.

TEAMEVENT UND WEIHNACHTSFEIER

Als Dank an die Arbeitnehmer des Tourismusverbandes und Motivation für kommende Projekte wurden im Jahr 2021 zwei Mitarbeiterveranstaltungen durchgeführt.

Im Oktober war eine Pressereise zu Fischer Schröder und eine Vogelführung im Natur- und Sternenpark Westhavelland geplant. Da aufgrund kurzfristiger Zwischenfälle, wie



©Tourismusverband Havelland e.V.

Krankheit die Gruppe geteilt und für den Ausweichtermin der verbliebenen Journalisten nicht ausreichend Teilnehmer zusammenkamen, wurde spontan mit dem Team des TVH aufgestockt und das Ereignis als Teamevent genutzt. Das Auslegen und gemeinsame Einholen des Netzes erforderte Armkraft und ging nur als Team. Beim gemeinsamen Essen wärmten sich dann anschließend alle auf und tauschten sich zum Erlebnis aus. Die anschließende Vogelführung vermittelte einen Einblick in die Tierwelt des Natur- und Sterneparks Westhavelland.



©Tourismusverband Havelland e.V./Matthias Kühn



©Tourismusverband Havelland e.V./Matthias Kühn

Als Weihnachtsfeier unternahm das Team des TVHs einen Ausflug zum Seehof Netzen. Eisstockschießen sorgte für ausgelassene Stimmung und weckte den Wettkampfgeist. Anschließend entstand weihnachtliche Stimmung beim gemeinsamen Weihnachtsessen. Beide Veranstaltungen

ermöglichten es dem Team zudem persönlich mit den Leistungsträgern in Kontakt zu treten und das Angebot selbst kennenzulernen.



ANSPRECHPARTNER TOURISMUSVERBAND HAVELLAND E.V.



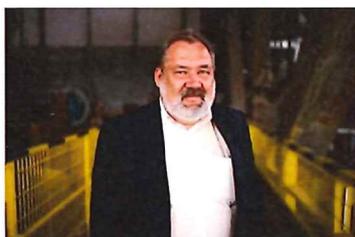
Matthias Kühn
Geschäftsführer Tourismusverband Havelland
Tel. 033237 – 859030
matthias.kuehn@dein-havelland.de



Robin Wawrzik
Netzwerk- und Projektmanager
Tel. 033237 – 859035
robin.wawrzik@dein-havelland.de



Carina Sanders
Online-Marketing
Tel. 033237 – 859034
carina.sanders@dein-havelland.de



Hartmut Siewert
Projektmitarbeiter
Tel. 033237 - 859038
hartmut.siewert@dein-havelland.de



Josefin Henning
Finanz- und Projektmanagement
Tel. 033237 - 859036
josefin.henning@dein-havelland.de

